

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CON FINALIDAD DEN DESARROLLAR Y
EJECUTRAR UNA APLICACIÓN PARA REALIZAR EJERCICIO FÍSICO Y/O
PAUSAS ACTIVAS EN DIFERENTES AMBIENTES “ACTRIP”**

PRESENTADO POR:

YENIT PAOLA GIL CARABALLO

UNIEMPRESARIAL

ESPECIALIZACIÓN ALTA GERENCIA ALTA GERENCIA XIV

BOGOTÁ

2017

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CON FINALIDAD DEN DESARROLLAR Y
EJECUTRAR UNA APLICACIÓN PARA REALIZAR EJERCICIO FÍSICO Y/O
PAUSAS ACTIVAS EN DIFERENTES AMBIENTES “ACTRIP”**

PRESENTADO POR:

YENIT PAOLA GIL CARABALLO

OPCIÓN DE GRADO ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

TUTORES:

ANDRÉS DAVID GUTIÉRREZ PULGARÍN

MANUEL MENDEZ PINZÓN

UNIEMPRESARIAL

ESPECIALIZACIÓN ALTA GERENCIA ALTA GERENCIA XIV

BOGOTÁ

2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
1. CAPÍTULO I CONTEXTO	9
1.1 Problema de investigación	9
□ Formulación del problema	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos.....	10
Justificación	10
2. CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	12
2.1 Marco Referencial	12
□ Marco Contextual	12
□ Marco Teórico	15
□ Mercadeo:	15
□ Investigación de Mercados:.....	16
□ Mezcla de Mercadeo	19
□ Segmentación de Mercados.....	19
□ Logística	20
□ Marco Conceptual.....	20
□ Actividad física.....	22
3. CAPÍTULO III FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS.....	26
3.1 Investigación	26
□ Desarrollo de la investigación.....	26
4. CAPÍTULO IV HALLAZGOS	28
4.1 Análisis e Interpretación de Resultados	28
5. CAPÍTULO V MERCADEO	39

5.1 Descripción general del negocio	39
□ Descripción del producto y/o servicio	39
□ Necesidades.....	45
□ Aspectos diferenciales.....	48
□ Ámbito geográfico.....	49
□ Público Objetivo	49
□ Segmentación del mercado.....	49
□ Cliente y consumidor	50
□ Situación del mercado	50
□ Competencia	55
□ Precio	56
□ Plaza (Distribución)	56
□ Promoción	57
CONCLUSIONES.....	58
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	63

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1- Global Burden of Disease OMS (2004). Ilustración de enfermedades por grandes grupos de causas. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx	13
Ilustración 2- Bodega de Datos del SISPRO- ENSIN, ENSM, ENS Colombia (2012). Patrón geográfico por grupo de causas. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx	14
Ilustración 3- Registro de mortalidad	15
Ilustración 4- Primera pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.....	28
Ilustración 5- Segunda pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.....	29
Ilustración 6- Tercera pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.....	29
Ilustración 7- Cuarta pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.	30
Ilustración 8- Quinta pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.	30
Ilustración 9- Sexta pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.	31
Ilustración 10- Séptima pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.....	32
Ilustración 11- Octava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante en trayectos de viaje.....	32
Ilustración 12- Novena pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.....	33

Ilustración 13- Décima pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.....	34
Ilustración 14- Onceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.....	34
Ilustración 15- Doceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.....	35
Ilustración 16- Treceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.....	36
Ilustración 17- Catorceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.....	36
Ilustración 18- Quinceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.....	37
Ilustración 19- Dieciseisava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.....	37
Ilustración 20- Aplicación Actrip	40
Ilustración 21 - Ejercicios de movilidad articular	41
Ilustración 22 - Ejercicios de estiramiento.	42
Ilustración 23 - Ejercicios de gimnasia cerebral.	43
Ilustración 24 - Ejercicios de relajación.....	43
Ilustración 25 - Ejercicios para estimulación adecuada en niños.	44
Ilustración 26 - Ejercicios grupales.	45
Ilustración 28 - Bodega de Datos del SISPRO- ENSIN, ENSM, ENS Colombia (2012). Patrón geográfico por grupo de causas. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx	47
Ilustración 29 - Registros de mortalidad	48
Ilustración 30- Ilustración 10 Ejercicios durante el vuelo de British Airways.	51
Ilustración 31 - Después de aterrizar British Airways.	51
Ilustración 32 -Folleto Avianca.	52
Ilustración 33 - Aplicativo pausas activas.....	53
Ilustración 34 - Aplicativo pausas activas.	54
Ilustración 35 - Aplicativo estimulación adecuada.....	55

ABSTRACT

La presente investigación busca conocer la percepción de los Colombianos, frente a la posibilidad de implementar una aplicación de pausas activas y/o actividad física en diferentes espacios como lo son: en el puesto de trabajo, trayectos de viaje (avión, bus, carro propio), Ocio y para estimulación adecuada para los niños. Debido a que Colombia tiene el primer puesto entre 10 países que tienen una carencia en realizar actividad física según el informe realizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Se plantea esta investigación con el fin de determinar el uso de la aplicación en los diferentes espacios ya nombrados pretendiendo disminuir el sedentarismo de los Colombianos.

The present research seeks to know the perception of Colombians, as opposed to the possibility of implementing an application of active pauses and / or physical activity in different spaces such as: at work, travel routes (airplane, bus, own car), Leisure and suitable stimulation for children. Because Colombia has the first place among 10 countries that have a lack of physical activity according to the report by the World Health Organization (WHO). This research is proposed in order to determine the use of the application in the different spaces already named, aiming to reduce the sedentarism of Colombians.

INTRODUCCIÓN

El contenido de la investigación se encuentra conformado por 5 capítulos, el primero se habla del contenido que se va a trabajar, la justificación de la idea, el problema de investigación, la situación del sedentarismo y enfermedades cardiovasculares de los Colombianos, adicionalmente se pretende encontrar una solución que ayude a los Colombianos disminuir el sedentarismo y enfermedades cardiovasculares.

El segundo capítulo se manifestará los fundamentos teóricos, en este se pretende contextualizar al lector, se mencionan las teorías en las que se basa tanto la investigación como las estrategias de mercadeo, adicionalmente se encuentra el marco contextual en el cual hace referencia a estadísticas e historia sobre el tema.

Se podrá observar en el capítulo tres los fundamentos metodológicos para llevar a cabo la investigación, se define el tipo de investigación y la descripción de la misma.

En el siguiente capítulo se evidencia los hallazgos encontrados, resultados en cifras y un análisis que define los aspectos y sus conclusiones. El último capítulo se especificará estrategias que se utilizará en el aplicativo a corto y mediano plazo.

Finalmente se encuentran las conclusiones que se obtuvieron al finalizar la investigación y las correspondientes respuestas para cada objetivo que se planteó.

1. CAPÍTULO I CONTEXTO

A continuación se dará a conocer toda la información encontrada sobre el sedentarismo en Colombia asociadas a enfermedades cardiovasculares, lo cual se pretende plantear una posible solución para velar por la salud de los Colombianos.

1.1 Problema de investigación

El informe que realizó la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el 2015, se encontró que Colombia obtuvo el primer lugar entre 10 países que tienen una carencia por la realización de actividad física, el resultado del informe arrojó que el 60% de los Colombianos no se ejercita. Para interpretar los resultados anteriores se dará a conocer la siguiente definición de sedentarismo: “realización de actividad física menos de 15 minutos y menos de tres (3) veces por semana durante el último trimestre.” (Lí, 2012, pág. 55).

“Una persona sedentaria tiene menos capacidad funcional y mayor probabilidad de tener en el futuro infartos de miocardio, ataques cerebrales y problemas de circulación en la piernas. Asimismo, es propensa a sufrir obesidad, diabetes mellitus, osteoporosis y trastornos de los lípidos, lo que podría provocarle una muerte prematura.” (Vásquez, 2016).

Según el Ministerio de Salud en el Boletín del año 2014 dice que: las causas principales de mortalidad en el país son: trombosis, hipertensión y la diabetes, es decir, que Colombia tiene una epidemia en enfermedades cardiovasculares (ECV) la cual es una de las causas de muerte de 60.000 Colombianos en el año 2011.

Esto genera oportunidad para Actrip ya que brindará a los usuarios salud y bienestar biopsicosocial, generando satisfacción, haciendo que el cliente se sienta importante para posteriormente crear fidelización e incrementar las ventas. Sin embargo es importante cubrir la mayor cantidad de ambientes para velar por la salud de los Colombianos.

- **Formulación del problema**

Teniendo en cuenta la información anteriormente nombrada se quiere ofrecer e incentivar estilos de vida saludable para así poder aumentar la actividad física disminuyendo enfermedades cardiovasculares. Lo cual lleva a plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿Las personas estarían dispuestas a realizar pausas activas y/o actividad física para disminuir los riesgos de enfermedades cardiovasculares?

Objetivo General

- Elaborar una investigación de mercado que permita estimar la adherencia de una aplicación de pausas activas y/o actividad física en diferentes ambientes como lo son: en un puesto de trabajo, ocio, estimulación adecuada para niños y durante un trayecto de viaje (avión, bus o carro propio).

Objetivos Específicos

- Comparar los aplicativos ya existentes de pausas activas, ejercicio físico y estimulación adecuada para los niños y analizar sus fortalezas y debilidades.
- Identificar las actividades que los usuarios les gusta realizar con el objeto de crear un hábito saludable.
- Plantear estrategias de mercadeo para dar a conocer y así mismo posicionar la aplicación de pausas activas y/o actividad física en diferentes ambientes.

Justificación

Teniendo en cuenta el informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el 2015, y según el Boletín del Ministerio de salud del año 2014 ya nombrados anteriormente. Actrip pretende ser una herramienta para incentivar y promover la actividad física en aquellos lugares y/o espacios que provocan el sedentarismo,

disminuyendo los factores de riesgo como las enfermedades cardiovasculares de los Colombianos.

Una de las enfermedades cardiovasculares más comunes es la trombosis venosa profunda esta se conoce como “Un trombo venoso se origina por una acumulación de plaquetas en las válvulas venosas de las extremidades, en lugares en los que existe cierta turbulencia. Este trombo puede desprenderse de la pared venosa como un émbolo o disolverse por el sistema trombolítico, organizándose e incorporándose a la pared venosa y dando lugar a incompetencia valvular venosa, contribuyendo, por tanto, a la estasis sanguínea. Las venas de las extremidades inferiores son el lugar de origen en un 95% de los casos de las trombosis venosas profundas (TVP). Las venas del sector proximal representan la mayor fuente embolígena. La tromboembolia pulmonar se considera una complicación de las TVP de las extremidades inferiores, al fraccionarse el trombo y liberarse éste al torrente circulatorio, alcanzado la circulación pulmonar. En este caso puede causar la muerte del paciente. Se estima que un 10% de las TVP embolizan al pulmón, con una mortalidad global del 30%, de ahí la importancia del diagnóstico y tratamiento tempranos de las TVP” (Ortiz, pág. 1)

Esto genera oportunidad para Actrip, ya que se encuentra la necesidad de incentivar actividad física para así mismo disminuir el sedentarismo y posteriormente evitar para los Colombianos enfermedades cardiovasculares.

2. CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS

A continuación se dará a conocer información respecto a el sedentarismo el cual conlleva enfermedades cardiovasculares cuya solución es incentivar a los Colombianos a realizar actividad física.

2.1 Marco Referencial

Se recopiló información relacionada con el sedentarismo de los colombianos relacionada con las enfermedades cardiovasculares los cuales se nombraran en seguida en el marco contextual, marco teórico y marco conceptual.

▪ Marco Contextual

El 60% de los Colombianos no realiza actividad física, esto se debe a la falta de costumbre y/o hábito en realizar actividades físicas, actualmente los Colombianos tienen hábitos de sedentarismo en la mayoría de ambientes o espacios en donde se encuentran, como por ejemplo: en su hogar prefieren descansar o en su puesto de trabajo prefieren continuar con su labor y no realizar pausas activas, pues piensan que esto puede hacer perder y/o atrasar su trabajo. Adicionalmente el uso de transporte como el carro y el bus reducen la necesidad de realizar actividad física.

El sedentarismo es mayor en mujeres que en hombres y es aumenta con la edad de las personas. Los países más sedentarios son los situados en el sureste de Asia, en América y en el Mediterráneo Oriental. (Gottau, 2013)

A continuación se verá un la **ilustración 1** que Colombia tiene un mayor índice en enfermedades crónicas no trasmisibles el cual hace parte las enfermedades cardiovasculares consecuencia del sedentarismo.

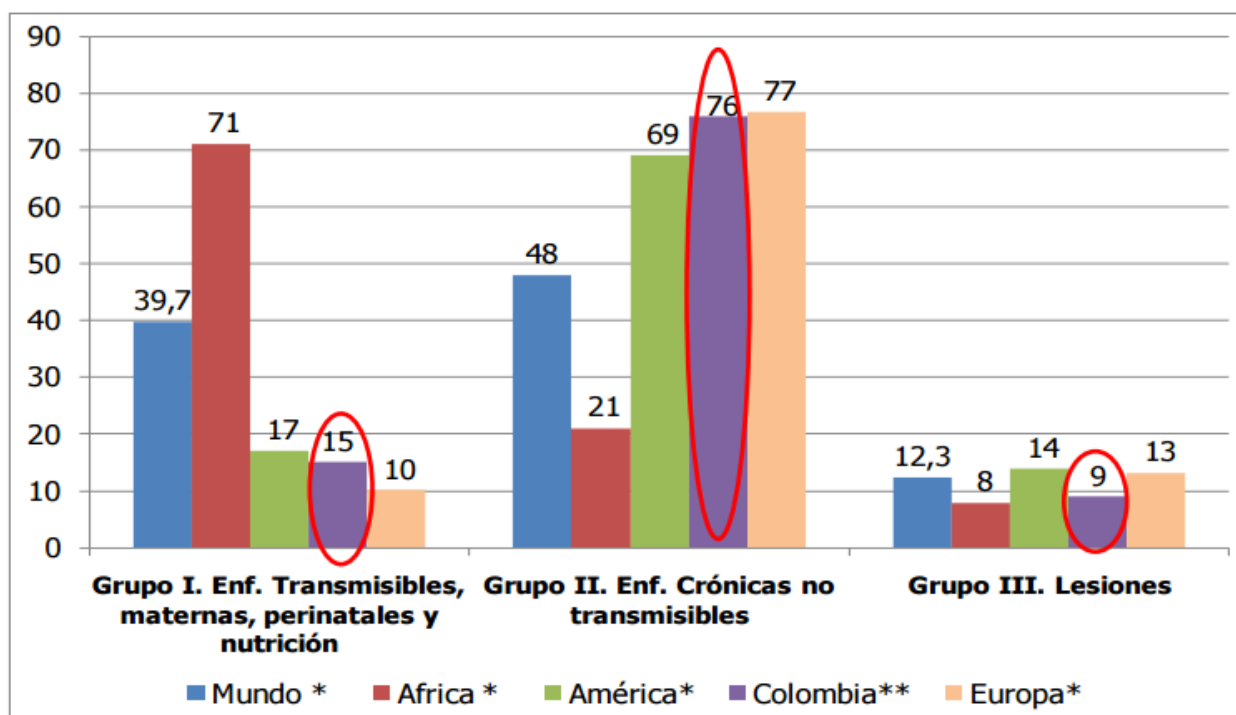


Ilustración 1- Global Burden of Disease OMS (2004). Ilustración de enfermedades por grandes grupos de causas. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx>

En Colombia la mortalidad por enfermedades crónicas se encuentran en Risaralda, Quindío, Caldas, Cundinamarca, Santander, Boyacá, Norte de Santander, Sucre, Barranquilla y San Andrés y providencia **Ilustración 2 y 3.**



Ilustración 2- Bodega de Datos del SISPRO- ENSIN, ENSM, ENS Colombia (2012). Patrón geográfico por grupo de causas. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx>

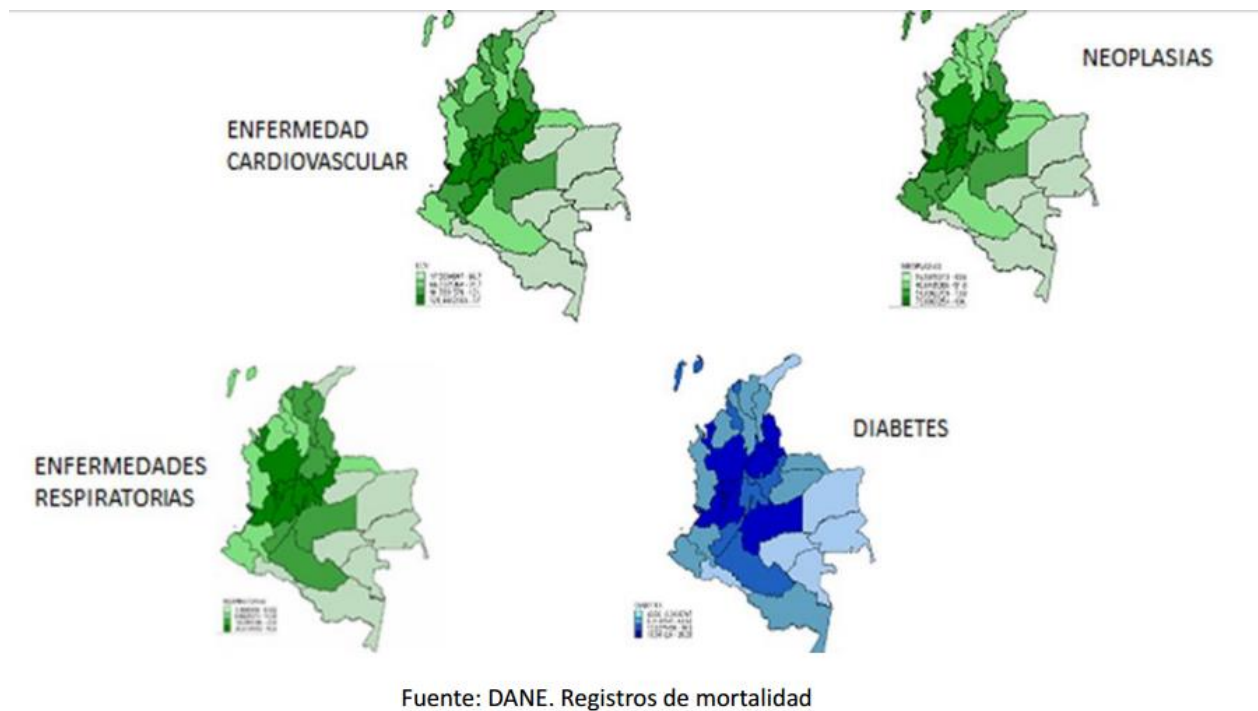


Ilustración 3- Registro de mortalidad

Actualmente en Colombia no se tiene el hábito de prevenir en factores de riesgo en salud, como es el sedentarismo el cual puede conllevar a enfermedades cardiovasculares. Por esta razón una de las necesidades a cubrir será generar cultura igualmente agregar valor sobre la importancia de la misma. Actrip generará e incentivará actividades físicas y/o pausas activas para disminuir el sedentarismo en Colombia y evitar enfermedades cardiovasculares.

▪ **Marco Teórico**

A continuación el marco teórico se hablará de las características y necesidades de la investigación, identificando fuentes primarias y secundarias, finalmente se diseñará el estudio de investigación teniendo en cuenta las teorías.

▪ Mercadeo:

“Es una ciencia que conjuga esquemas científicos sirviendo de base analítica en la toma de decisiones gerenciales y en la solución ágil que requieren los problemas que enfrentan las empresas. Dichas decisiones son de gran importancia, pues el resultado de ellas marcan en gran medida el éxito o fracaso de las operaciones comerciales de

una empresa. De aquí que cada día un número considerable de organizaciones adopta esta ciencia y orientan sus actividades siguiendo las técnicas del mercadeo.” (Vega, 1991, pág. 19)

“El mercadeo es el intercambio de excedentes de bienes económicos” (Vega, 1991, pág. 27)

A continuación se dará a conocer conceptos de mercadeo según su enfoque:

- ✓ **Enfoque de producción:** “Respuesta de los hombres de negocios a las demandas de consumo mediante ajustes en las posibilidades de producción. Orienta la acción hacia el fabricante, a través de la producción de artículos de acuerdo con especificaciones técnicas, efectuando ajustes según sus posibilidades de producción e ignorando los deseos y necesidades de su mercado. Una vez que el producto está diseñado se inicia la búsqueda de los clientes. Esta definición limita en mucho el campo de acción del mercadeo, dejando por fuera actividades tales como la investigación de mercados.” (Vega, 1991, pág. 27)
- ✓ **Enfoque macroscópico:** “Destaca el papel que juega el mercadeo dentro del sistema económico, convirtiéndose en una fuerza reguladora, que influye directamente en la asignación de los recursos de una sociedad, mediante el logro de un equilibrio del flujo de bienes y servicios entre los oferentes y los demandantes.” (Vega, 1991, pág. 28)
- ✓ **Enfoque en el campo de acción e importancia del mercadeo:** “Es el conjunto de actividades comerciales de carácter lícito, que realizan las empresas orientadas hacia las necesidades del cliente, con el propósito de lograr en forma integral sus objetivos.” (Vega, 1991, pág. 28)
- ✓ Investigación de Mercados:

La investigación de mercados se clasifica en: identificación del problema e investigación para la solución del problema.

“La investigación de mercados es la identificación, acopio análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing”. (Malhotra, 2004, pág. 7)

“Se considera el proceso de investigación de mercados como una sucesión de seis etapas:

- ✓ **Etapla 1 Definición del problema:** El investigador debe considerar la finalidad del estudio, la información básica pertinente, la información que hace falta y cómo utilizarán el estudio quienes toman las decisiones. La definición del problema comprende el análisis con los que deciden, entrevistas con expertos del ramo, análisis de datos secundarios, y quizás alguna investigación cualitativa, como la que se realiza mediante grupos de enfoque. Ya que el problema está bien definido, es posible diseñar y ejecutar de manera correcta la investigación.
- ✓ **Etapla 2 Elaboración de un método para resolver el problema:** incluye la formación de un marco teórico u objetivo; modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, y determinar qué información se necesita. Este proceso está guiado por conversaciones con los directivos de la empresa y con expertos del ramo, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas.
- ✓ **Etapla 3 Elaboración del diseño de la investigación:** Un diseño de investigación es un marco general o plan para realizar el proyecto de investigación de mercados. Ahí se detallan los procedimientos para la obtención de la información necesaria y su propósito es el diseño de un estudio en el que se pongan a prueba las hipótesis que interesan, se determinen las respuestas posibles a las preguntas de investigación y se produzca la información que se necesita para tomar decisiones. También forma parte del diseño la ejecución de investigaciones exploratorias, la definición de las variables y la preparación de las escalas convenientes para medir estas variables. Debe abordarse el tema sobre cómo obtener los datos de los entrevistados (por ejemplo, mediante una encuesta o un experimento). También es necesario preparar un cuestionario y un plan de muestreo para elegir a los sujetos del estudio. En términos más formales, elaborar el diseño de la investigación implica los pasos siguientes:
 1. Definición de la información necesaria.
 2. Análisis de datos secundarios.
 3. Investigación cualitativa.

4. Métodos para el acopio de datos cuantitativos (encuesta, observación y experimentación).
 5. Procedimientos de medición y preparación de escalas.
 6. Redacción del cuestionario.
 7. Muestreo y tamaño de la muestra.
 8. Plan para análisis de datos.
- ✓ **Etapa 4 Trabajo de campo o acopio de datos:** Comprende un equipo de campo o personal que opera ya en el campo, como en el caso de las entrevistas personales (domiciliarias, en centros comerciales o asistidas por computadora), telefónicamente desde una oficina (libre y asistida por computadora), por correo (correo ordinario y encuestas en grupos de correo en hogares preseleccionados) o electrónicamente (correo electrónico o Internet). La buena selección capacitación, supervisión y evaluación del equipo de campo reduce al mínimo los errores en el acopio de datos.
- ✓ **Etapa 5 Preparación y análisis de datos:** La preparación de los datos consiste en su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se examina, revisa, y si es necesario, se corrige. Se asignan códigos numéricos o de literales para representar cada respuesta a cada pregunta. Los datos del cuestionario se transcriben o capturan en cintas o discos magnéticos o se alimentan directamente en la computadora. Los datos se analizan para deducir información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados, y así aportar al problema de decisión administrativa.
- ✓ **Etapa 6 Preparación y presentación del informe:** Todo el proyectos se debe comprobar en un informe escrito en el que se aborden las preguntas específicas de la investigación y se describan el método y e diseño, así como los procedimientos de acopio y análisis de datos que se hayan adoptado: además se exponen los resultados y los principales descubrimientos. Los resultados se deben presentar en un formato comprensible, para que la administración los aproveche de inmediato en el proceso de toma de decisiones. Asimismo, se hace una presentación oral ante la administración con el uso de cuadros, figuras y gráficas para mejorar la claridad y el impacto.” (Malhotra, 2004, págs. 9-11)

▪ Mezcla de Mercadeo

“O armas del mercadeo, los elementos fundamentales de la mezcla de mercadeo son:

- ✓ **El producto:** su definición, su posicionamiento, dimensiones, enfoque y servicio.
Puede ser clasificado de acuerdo con:
 - a) Sus características: Bienes durables (maquinaria, herramientas, aparatos eléctricos, etc.). Bienes perecederos (artículos de limpieza, lubricantes, etc.). Servicios (Reparaciones, un corte de pelo, etc.).
 - b) Hábitos de compra de los consumidores: Bienes de conveniencia (electricidad, periódicos, etc.). Bienes de compra (Vehículos, muebles, etc.). Bienes de especialidad (equipos fotográficos, minicomponentes de audio, etc.).
 - c) Bienes homogéneos: comodidad o bienes diferenciados: especialidad.
- ✓ **Los mercados:** ¿Quiénes son los consumidores objetivos?, ¿Cuáles son sus necesidades básicas?
- ✓ **El sistema de distribución:** ¿Cómo va a ser llevado el producto al consumidor?.
- ✓ **El sistema de comunicación:** ¿Cómo va enterarse el consumidor potencial de la existencia de nuestro producto?, ¿Cómo lo va a probar?, ¿Cómo va a ser persuadido de que vuelva a comprarlo?.
- ✓ **El precio:** ¿Cuál es el valor relativo de nuestra oferta en relación con otras alternativas?.” (Vainrub, 1996, págs. 23-25)

✓ Segmentación de Mercados

“La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos que sean lo más homogéneos internamente y, a la vez, lo más diferentes entre sí para realizar una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma efectiva sus necesidades, y así alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.” (a partir de Santesmases, 2004, pág. 212)

“Para poder realizar una segmentación de mercados, la empresa debería considerar como requisitos básicos:

- ✓ Que exista una heterogeneidad en las preferencias de compra de los individuos y, por tanto, en sus decisiones o comportamiento.
- ✓ Que la empresa pueda adaptar su plan de marketing a cada segmento.

- ✓ Que el valor actual esperado al segmentar el mercado sea mayor que la rentabilidad esperada de otras alternativas.
- ✓ Que el beneficio esperado por las ventas al segmento sea mayor que el coste de dirigir una estrategia a ese segmento. “ (Martín, 2008, págs. 47-48)

✓ Logística

“Antes de definir logística, es importante definir cadena de suministro, esta se entiende como la unión de todas las empresas que participan en producción, distribución, manipulación, almacenaje y comercialización. Por lo tanto, se entiende por Gestión de la cadena de suministro como la coordinación sistemática y estratégica de las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas a través de esas funciones de negocio, al interior de una empresa y entre las diferentes empresas de una cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo tanto las empresas individualmente como de toda la cadena de suministro. En definitiva, es la estrategia a través de la cual se gestionan actividades y empresas de la cadena de suministro.

La logística es, la parte del proceso de Gestión de la cadena de suministro encargada de planificar, implementar y controlar de forma eficiente y efectiva el almacenaje y flujo directo e inverso de los bienes, servicios y toda la información relacionada con éstos, entre el punto de origen y el punto de consumo o demanda, con el propósito de cumplir con las expectativas del consumidor.” (Santos, 2016, pág. 19)

• **Marco Conceptual**

A continuación se caracterizará definiciones de aquellos conceptos que intervienen en el proceso de investigación:

✓ **Investigación**

De acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) “la palabra **investigar** (vocablo que tiene su origen en latín *investigare*), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto”

En ese sentido, puede decirse que una investigación está determinada por la averiguación de datos o la búsqueda de soluciones para ciertos inconvenientes. Cabe destacar que una investigación, en especial en el plano científico, es un proceso sistemático (se obtiene información a partir de un plan preestablecido que, una vez asimilada y examinada, modificará o añadirá conocimientos a los ya existentes), organizado (es necesario especificar los detalles vinculados al estudio) y objetivo (sus conclusiones no se amparan en un parecer subjetivo, sino en episodios que previamente han sido observados y evaluados.” (Gardey, 2012)

✓ **Mercado**

“Es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. A través del estudio de la gestión comercial, se busca retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades.” (Merino, 2014)

✓ **Target**

““Objetivo” y cuando se aplica al ámbito del marketing se refiere al público objetivo de nuestras acciones. ¿A quién nos estamos dirigiendo? ¿Cuáles son sus gustos?, ¿sus costumbres?, ¿dónde está? En el ámbito del marketing, el conocimiento del mercado y del público al que nos dirigimos es fundamental y debe guiar todas nuestras decisiones de marketing: precio (¿Cuánto está dispuesto a pagar?, ¿tiene ya una alternativa a nuestro producto y cuánto paga por ella?).” (Borges, 2012)

✓ **Metodología**

“Es un vocablo generado a partir de 3 palabras de origen grieto: meta (más allá), odos (camino) y logos (estudio). El concepto hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal.” (Gardey, Definición.DE, 2012)

✓ **Segmentación**

“Acto y consecuencia de segmentar (es decir, de dividir o formar segmentos o porciones). El concepto, según se desprende de la práctica, posee múltiples usos de acuerdo a cada contexto.” (Gardey, Definición.DE, 2012)

✓ **Necesidad**

“Son aquellas sensaciones de carencia, propias, de los seres humanos y que se encuentran estrechamente unidas a un deseo de satisfacción de las mismas.” (Anónimo, 2012)

✓ **Sedentarismo**

“Realización de actividad física menos de 15 minutos y menos de tres (3) veces por semana durante el último trimestre.” (Lí, 2012, pág. 55)

✓ **Actividad física**

“Se define como cualquier movimiento del cuerpo producido por los músculos esqueléticos que resulte en pérdida de energía; mientras que la buena forma física es la capacidad de la persona para realizar actividad física.” (Lí, 2012, pág. 55)

✓ **Pausas activas**

“Es una actividad física realizada en un breve espacio de tiempo en la jornada laboral, orientada a que las personas recuperen energías para un desempeño eficiente en el trabajo, a través, de ejercicios que compensen las tareas desempeñadas, revirtiendo de esta manera la fatiga muscular y el cansancio generados por el trabajo”. (OCAÑA)

✓ **Enfermedad cardiovascular**

“Hace referencia a cualquier proceso de índole vascular, incluyendo las cardiopatías congénitas, valvulopatías, endocarditis, y vasculitis. En sentido estricto deberían incluirse como Enfermedades cardiovasculares (ECV) los procesos de índole aterosclerótico más prevalentes por su interés epidemiológico y preventivo como son:

La enfermedad coronaria (EC): afectación de arterias coronarias manifestada por infarto agudo de miocardio (IAM), angor pectoris, insuficiencia cardiaca (IC) y muerte súbita de origen coronario.

La enfermedad cerebrovascular: afectación de arterias carótidas, cerebrales y vertebrales asintomáticas (subclínicas) o manifestada por ictus o ataques isquémicos transitorios (TIA).

La enfermedad vascular periférica: afectación de arterias ilíacas y femorales manifestadas por clínica de claudicación intermitente o gangrena.

La aterosclerosis aórtica y los aneurismas aórticos (torácicos y abdominales).” (Cols.), 2012, pág. 31)

✓ **Trombosis venosa profunda (TVP):**

“Se debe a la formación de un trombo que bloquea parcial o totalmente la circulación venosa profunda. Por lo general se inicia en las venas profundas de las piernas (Poplitea, Tibial Posterior, Tibial Anterior, Peronea o Pedia), pudiendo extenderse a las venas del muslo, pelvis y luego fragmentarse, generando émbolos que terminarán en el árbol pulmonar. Si bien existen trombosis venosas en otros territorios profundos tales como miembros superiores, éstas son menos frecuentes. El proceso trombótico generalmente se inicia a nivel de las válvulas de las venas de los miembros inferiores.” (Spenser, 2003, pág. 1)

✓ **Movilidad articular:**

“Es el arco de recorrido total (dentro de los límites del dolor) de una articulación.” (Izquierdo Rendín, 2008, pág. 52).

✓ **Flexibilidad:**

“Es la capacidad de mover una articulación, o una serie de articulaciones, con fluidez a través de la amplitud de movimiento completa sin causar una lesión. La **flexibilidad estática** es una medida de la amplitud total de movimiento de la articulación y está limitada por la extensibilidad de la unidad musculotendinosa. La **flexibilidad dinámica** es una medida del rango de fuerza de torsión o resistencia desarrollada durante el estiramiento en toda la amplitud del movimiento articular.” (Heyward, 2008, pág. 245).

✓ **Gimnasia Cerebral:**

“Es un conjunto de ejercicios coordinados y combinados que propician y aceleran el aprendizaje, con lo que se obtienen resultados muy eficientes y de gran impacto en quienes los practican.” (Ibarra, 2007, pág. 5)

✓ **Ejercicio de relajación:**

“Los ejercicios de relajación son un componente del control del estrés, teniendo en cuenta la dimensión mental y física. Los beneficios de la misma son liberar la tensión además el alargamiento de fibras musculares, facilita el restablecimiento de la claridad de pensamiento.” (Payné, 2002, pág. 18)

✓ **Escala Abreviada del desarrollo:**

“Es un instrumento diseñado para realizar una valoración global y general de determinadas áreas o procesos de desarrollo de los niños, el cual, contiene categorización de los ítems por las siguientes áreas: Motricidad gruesa, Motricidad fina-adaptativa, Audición-lenguaje y personal-social.” (Pinilla, 1999, pág. 5)

✓ **Audición y lenguaje:**

“Evolución y perfeccionamiento del habla y el lenguaje: orientación auditiva, intención comunicativa, vocalización y articulación de fonemas, formación de palabras, comprensión de vocabulario, uso de frases simples y complejas, nominación, comprensión de instrucciones, expresión espontánea.” (Pinilla, 1999, pág. 9)

✓ **Personal social:**

“Procesos de iniciación y respuesta a la interacción social, dependencia-independencia, expresión de sentimientos y emociones, aprendizaje de pautas de comportamiento relacionadas con el autocuidado.” (Pinilla, 1999, pág. 9)

✓ **Motricidad fina-adaptativa:**

“Es la capacidad de coordinación de movimientos específicos, coordinación intersensorial: ojo-mano, control y precisión para la solución de problemas que involucran prehensión fina, cálculo de distancias y seguimiento visual.” (Pinilla, 1999, pág. 9)

✓ **Estiramiento:**

“Es la elongación de una estructura cuyos puntos de origen e inserción se alejan en diversos planos del espacio.” (Miguel ángel Arcas Patricio, 2004, pág. 148)

✓ **Elongación:**

“Facultad de un tejido para aumentar su longitud cuando se ve sometido a una fuerza, sin perder sus propiedades una vez que cesa ésta. El tejido sigue siendo el mismo, no varía su composición ni su estructura.” (Miguel ángel Arcas Patricio, 2004, pág. 148)

3. CAPÍTULO III FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

En este capítulo se tratará de manera detallada la metodología de investigación que se decidió realizar para el aplicativo Actrip

3.1 Investigación

Se realizó una investigación de mercado tipo concluyente descriptiva el cual se diseñó para suministrar información y luego realizar evaluación de las alternativas de acción que se aplicarán en Actrip. Se desarrolló un instrumento diseño muestral bajo una encuesta de 16 preguntas, sobre el perfil de los consumidores para describir las características de los usuarios del servicio.

La investigación de mercado se realizó bajo los siguientes parámetros:

- a. Establecer los objetivos de la investigación.
- b. Elaborar un plan de muestreo mediante una ficha técnica.
- c. Seleccionar y desarrollar las técnicas de recolección de información mediante una encuesta, recolección de la información

• Desarrollo de la investigación

a. Establecer los objetivos de la investigación:

- Establecer cuáles son las preferencias en los tipos de actividades de pausas activas.
- Investigar si la implementación de un aplicativo (video) es útil para garantizar la realización de actividad física y/o pausas activas.

b. Elaborar un plan de muestreo mediante una ficha técnica:

Diseño muestral:	Probabilísticos, polietápico, estratificado y por conglomerados. Donde la selección es las actividades físicas y/o de pausas activas y la unidad de observación es la persona.
Población objetivo:	Personas Colombianas.

Técnica:	Encuestas físicas y encuestas virtuales de 16 preguntas.
Tamaño de muestra:	222 personas encuestadas representan el 0.22% del universo
Momento estadístico:	1 de noviembre - 11 de noviembre de 2016.
Financiación:	Recursos propios.

Tabla 1- Ficha técnica plan de muestreo

c. **Seleccionar y desarrollar las técnicas de recolección de información mediante una encuesta, recolectar la información, resultados de la encuesta y análisis de la información:**

ANEXO 1: Encuesta Física.

4. CAPÍTULO IV HALLAZGOS

Los resultados de las encuestas arrojaron la siguiente información:

4.1 Análisis e Interpretación de Resultados

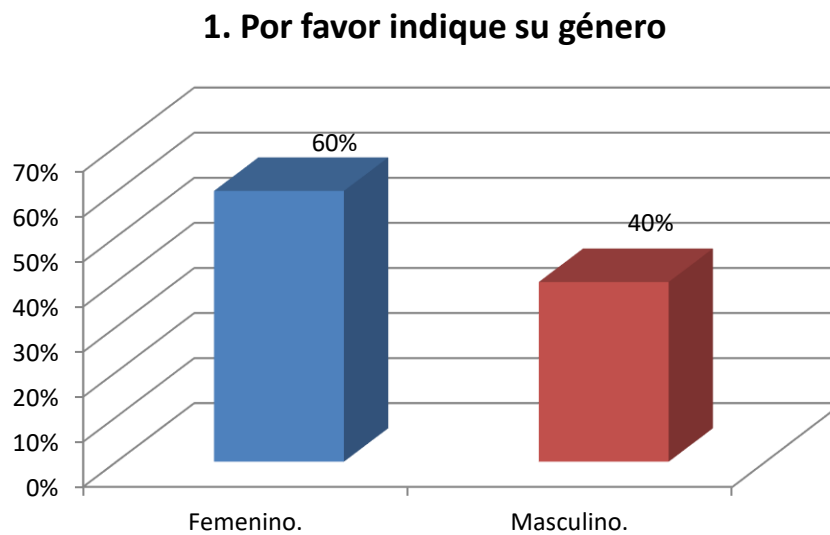


Ilustración 4- Primera pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

El 60% de los encuestados son de género femenino.

2. Por favor indique su edad:

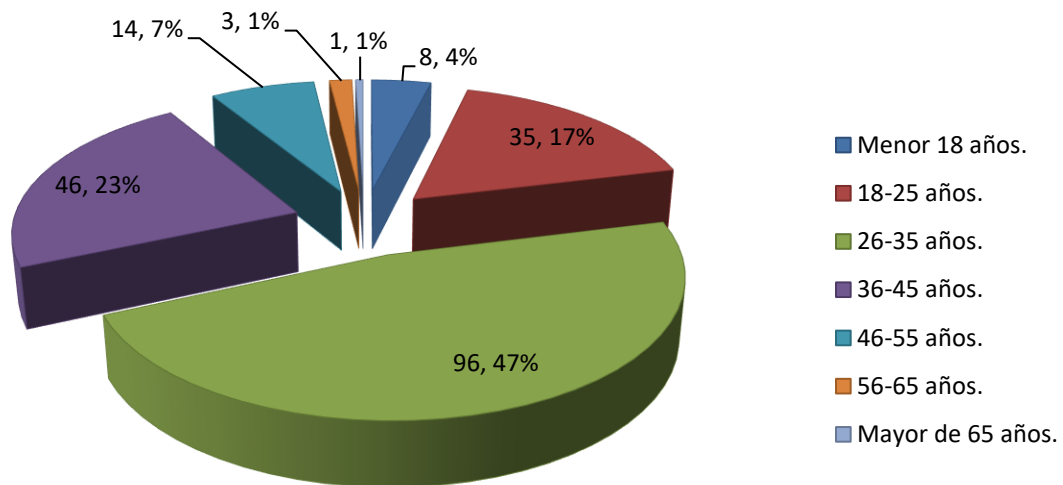


Ilustración 5- Segunda pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

El rango de edad de los encuestados es de 26 a 35 años seguido de 36 a 45 años.

3. ¿Qué medio de transporte utiliza para viajar?

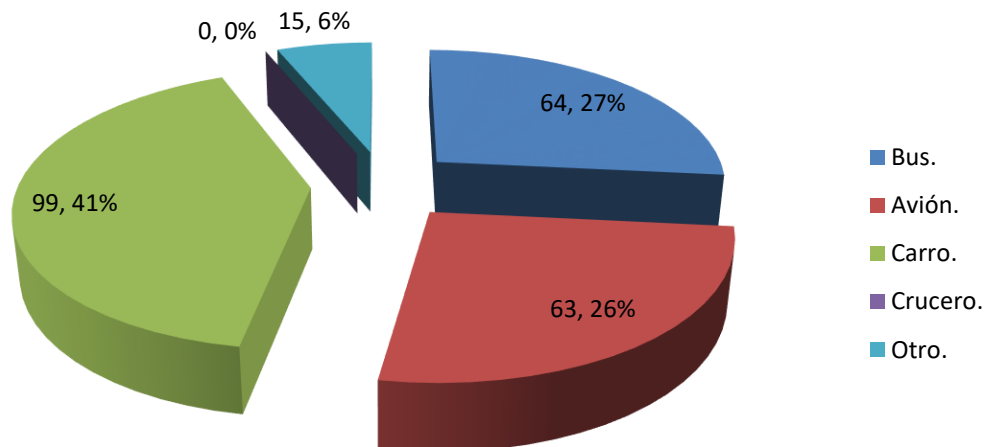


Ilustración 6- Tercera pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

El medio de transporte que más utilizan los encuestados para viajar es en carro con un 41%, como segunda alternativa se encuentra el bus con un 27% seguido de avión con un 26%.

4. ¿Cuántos viajes realiza al año?

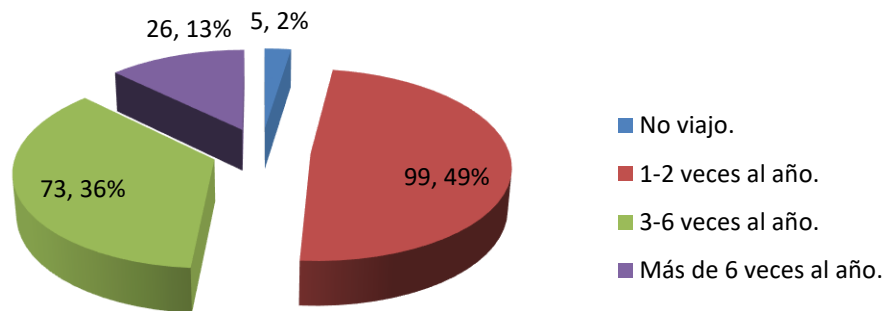


Ilustración 7- Cuarta pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

El 49% de los encuestados viaja 1 a 2 veces al año luego con un 36% viajan 3 a 6 veces en el año en Colombia.

5. ¿Con que frecuencia viaja fuera de Colombia?

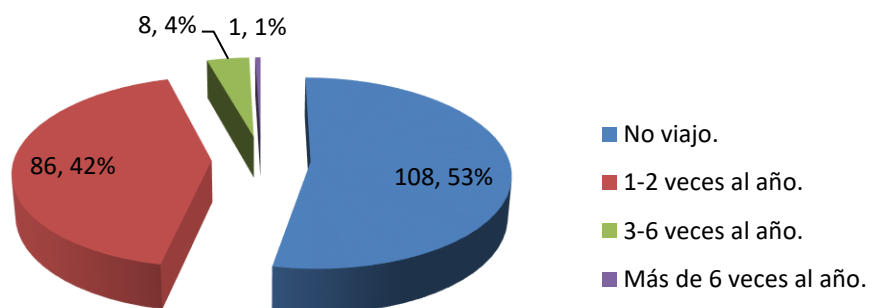


Ilustración 8- Quinta pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

La mayoría de los encuestados no viaja fuera de Colombia, sin embargo el 42% dice que viaja de 1 a 2 veces en el año.

6. ¿Realizaría actividad física y/o pausas activas en el transcurso de su viaje para disminuir riesgos en salud?

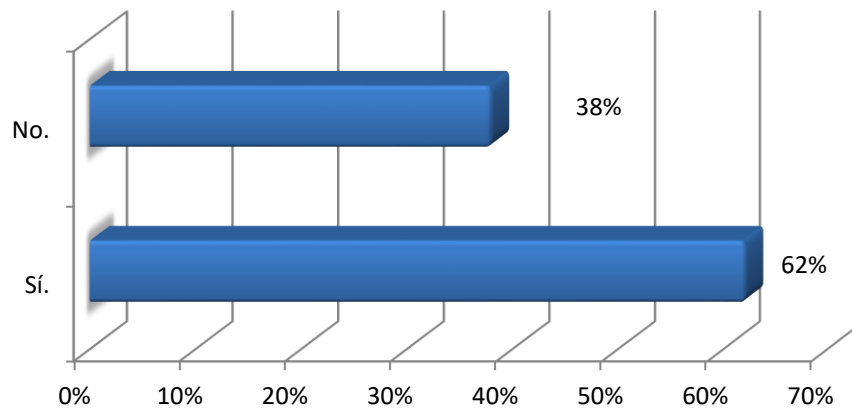


Ilustración 9- Sexta pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

Entre la población encuestada se encontró que el 62% están dispuestos a realizar actividad física y/o pausas activas en el transcurso de su viaje para disminuir riesgos en salud.

7. De las siguientes opciones ¿Cuál actividad le gustaría realizar en el transcurso de su viaje?

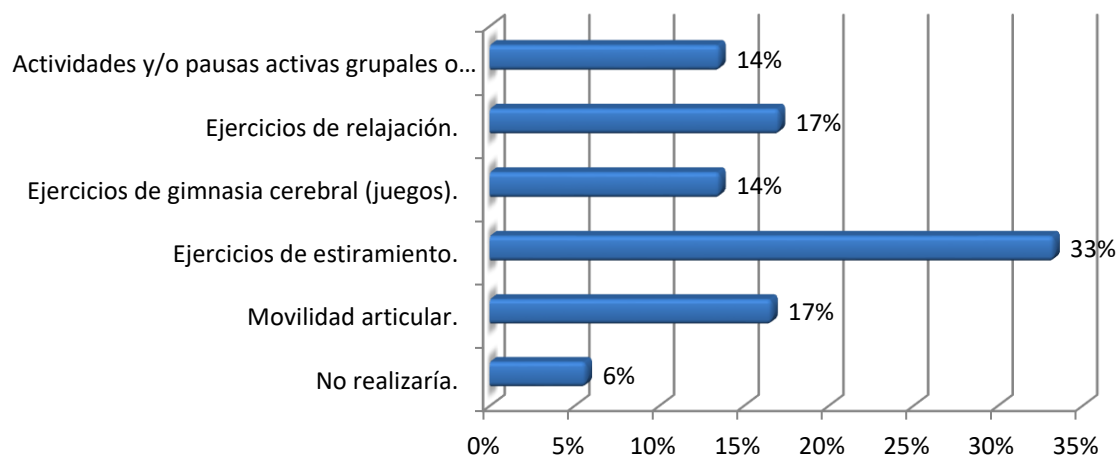


Ilustración 10- Séptima pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

La mayor parte de los encuestados dice que les gustaría realizar ejercicios de estiramiento, seguido de ejercicios de relajación, movilidad articular, ejercicios de gimnasia cerebral (juegos), finalmente actividades y/o pausas activas grupales o familiares.

8. ¿Viaja o ha viajado con niños de 1 año a 6 años?

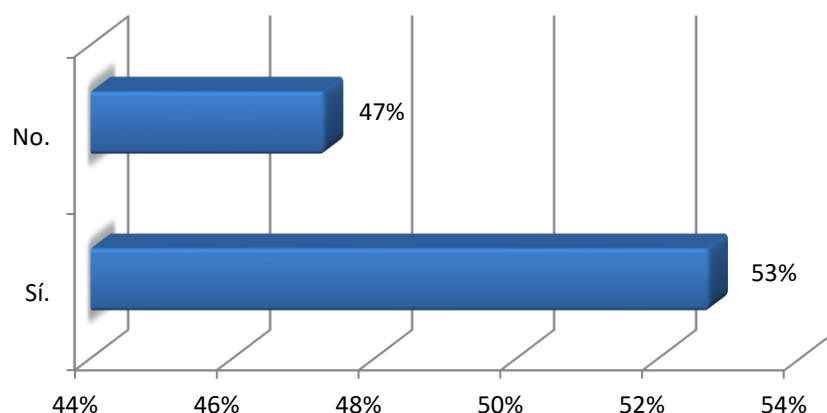


Ilustración 11- Octava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante en trayectos de viaje.

Del total de los encuestados el 53% corresponde a 107 personas que han viajado con niños de 1 año a 6 años.

9. Si viaja con niños de 1 a 06 años ¿le gustaría que ellos realizaran actividades que se enfocaran en estimular coordinación, precisión de movimiento ojo-mano, habla, comunicación y expresión por medio de juegos?

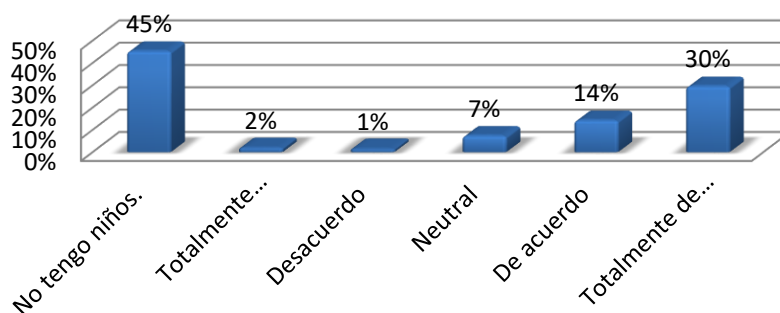


Ilustración 12- Novena pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

De los 107 encuestados que viajan con niños de 1 a 6 años el 30% dijeron que están totalmente de acuerdo en que se debe realizar actividades enfocadas en estimular coordinación, precisión de movimiento ojo-mano, habla, comunicación y expresión por medio de juegos. Un 14% dijeron que están de acuerdo y finalmente el 7% de los encuestados son imparciales que corresponden a 15 personas.

10. ¿Considera necesario que en los trayectos de viajes terrestres y marítimos existan folletos que contengan información de actividad física y/o pausas activas?

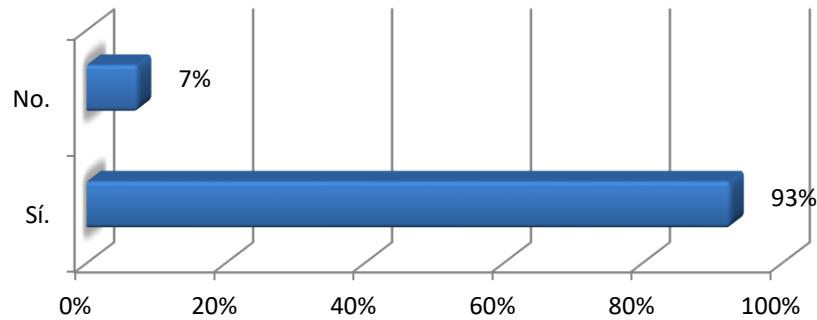


Ilustración 13- Décima pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas en trayectos de viaje.

El resultado arroja que el 93% de los encuestados considera necesario que en los trayectos de viajes terrestres y marítimos existan folletos que contengan información de actividad física y/o pausas activas.

11. ¿Qué tan satisfecho se siente con la información que le entregan en los folletos acerca de la protección y asesoramiento para su salud durante el transcurso de su viaje en avión?

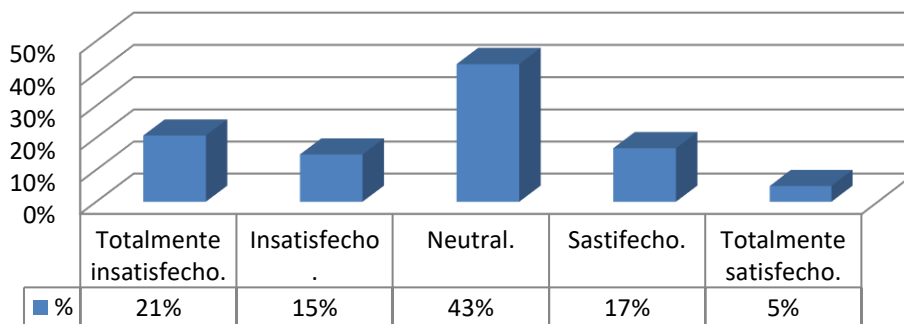


Ilustración 14- Onceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.

El grado de satisfacción frente a la información que se entregan en los folletos acerca de la protección y asesoramiento para la salud durante el transcurso de un viaje en avión es **Indiferente** con un 43% que corresponde a 87 personas encuestadas, seguido de **Totalmente insatisfecho** con un 21% que corresponde a 42 personas y finalmente el 17% que corresponde a 34 personas dice que se sienten **Satisfecho**.

12. Con el fin de tener mayor accesibilidad y entendimiento para la realización de la actividad física y/o pausas activas, ¿considera usted útil ingresar a un aplicativo durante el transcurso del viaje para visualizar como se debe realizar la actividad?

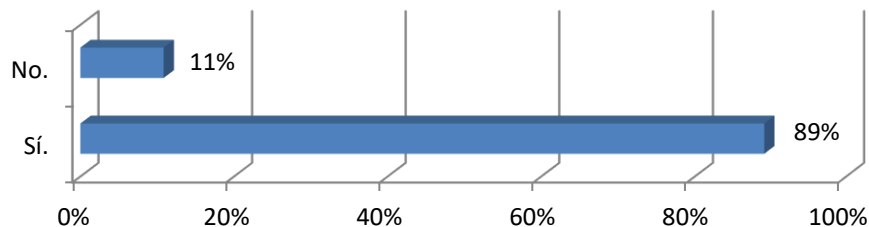


Ilustración 15- Doceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.

El 89% de los encuestados considera útil ingresar a un aplicativo durante el transcurso del viaje para visualizar como se debe realizar las actividades físicas y/o pausas activas.

13. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto para realizar actividad física y/o pausas activas en el trayecto de su viaje?

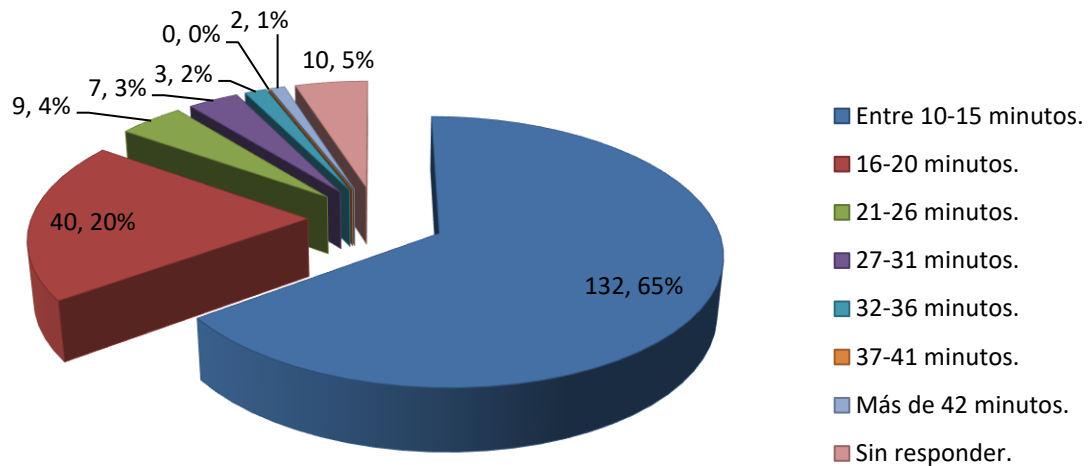


Ilustración 16- Treceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.

De los usuarios que realizarían actividad física y/o pausas activas el 65% están dispuestos(as) en un periodo de tiempo de 10 a 15 minutos, seguido del 20% entre 16 a 20 minutos.

14. ¿Le gustaría que en la aplicación esté incluida los beneficios de la actividad física y/o pausas activas?

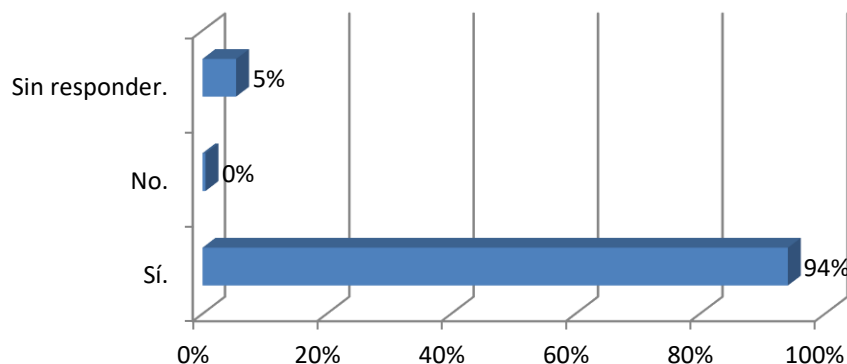


Ilustración 17- Catorceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.

El Sí tiene 94% que corresponde a 191 personas encuestadas, el cual creen necesario incluir los beneficios de la actividad física y/o pausas activas.

15. ¿Le gustaría que en la aplicación esté incluida las contraindicaciones de la actividad física y/o pausas activas?

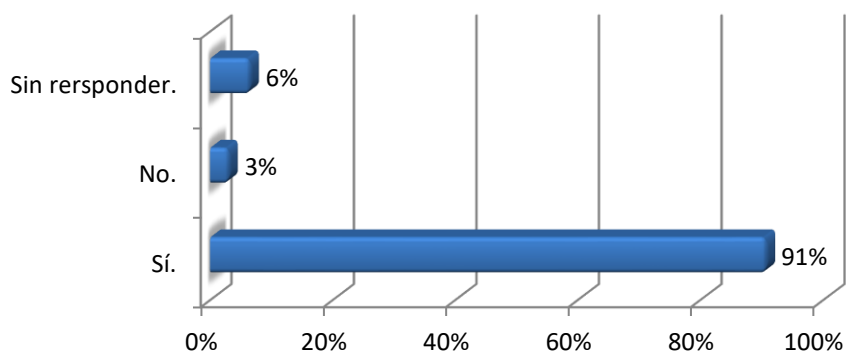


Ilustración 18- Quinceava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.

Es necesario incluir de las contraindicaciones de la actividad físicas y/o pausas activas.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la aplicación?

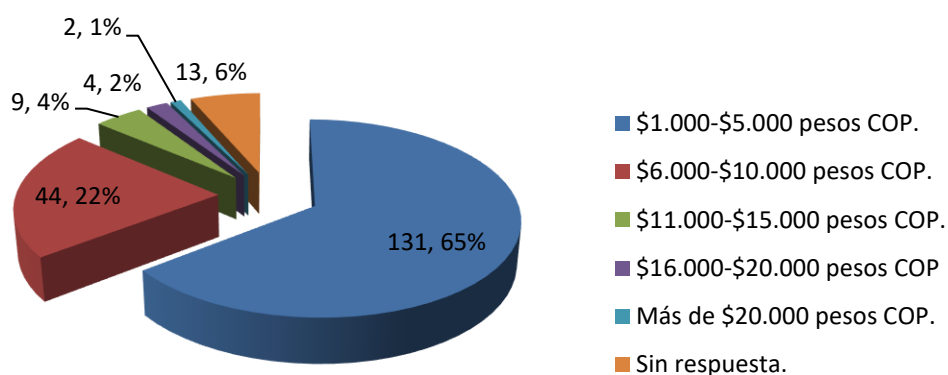


Ilustración 19- Dieciseisava pregunta encuesta actividad física y/o pausas activas durante un trayecto de viaje.

La personas encuestadas están dispuestos a pagar por la aplicación entre \$1000 a \$5000 pesos adicionalmente el 22% de los encuestados pagaría entre \$6000 a \$10000.

d. Tomar decisiones o diseñar estrategias

Según los resultados de la encuesta se tomaron las siguientes decisiones:

La actividad física y/o pausas activas se realizaran por medio de una aplicación, teniendo en cuenta un estilo moderno y fácil de utilizar dirigido a personas de 26 a 45 años, donde se incluirá los beneficios, también contraindicaciones. Cada actividad tendrá una duración de 10 a 15 minutos.

A corto plazo la aplicación estará dirigida a los Colombianos que desean realizar actividad física y/o pausas activas en los siguientes ambientes: Durante un trayecto de viaje (Avión, bus, carro propio), puesto de trabajo, ocio y estimulación adecuada para niños. Y a largo plazo se expandirá a nivel internacional.

El aplicativo se actualizará con actividades diferentes cada 6 meses a nivel nacional e internacional. Se profundizará en las actividades físicas y/o pausas activas teniendo prioridad en: Ejercicios de estiramiento, ejercicios de relación, movilidad articular, ejercicios de gimnasia cerebral (juegos), finalmente en actividades de pausas activas grupales o familiares.

Para los niños recién nacidos hasta los 6 años se realizará actividades enfocadas en estimular coordinación, precisión de movimiento ojo-mano, habla, comunicación y expresión por medio de juegos, como la frecuencia de viaje en niños es menor se realizará un juego por cada área, es decir por audición-lenguaje y personal-social teniendo en cuenta cada rango de edad.

La aplicación será tipo Freemium el cual se regalará una versión gratuita de un ejercicio por actividad finalmente tendrá un costo con una versión completa donde su precio oscilará entre \$1.000 a \$5.000 pesos.

5. CAPÍTULO V MERCADEO

En este capítulo se dará a conocer la idea del aplicativo Actrip, este se trata de una aplicativo para realizar pausas activas y/o actividad física en el ambiente que se encuentre el usuario ya sea: en el trabajo, en su casa, durante el trayecto un viaje (avión, bus o carro propio) y para estimulación adecuada en niños.

5.1 Descripción general del negocio

Actrip

Es un aplicativo que promueve la actividad física en cualquier espacio que se encuentre el usuario, su objetivo es disminuir los factores de riesgo como lo son el sedentarismo los cuales pueden llevar a una enfermedad cardiovascular para los Colombianos.

Misión

Mejorar y reducir los índices de sedentarismo y enfermedades cardiovasculares generando sensación de tranquilidad y bienestar de nuestros clientes, trabajando de la mano con ellos en la adopción de mejores prácticas en el uso del aplicativo.

Visión

Ser la primera opción para prestar el servicio de actividad física y/o pausas activas, al vernos como una empresa líder en la prevención y promoción de la salud para los colombianos, con un talento humano altamente calificado, comprometido y con sentido de pertenencia.

• **Descripción del producto y/o servicio**

Como se puede observar en la **Ilustración 20** el aplicativo de Actrip dará a los usuarios la bienvenida y adicionalmente se desplegará las opciones de ambiente o entorno en el que se encuentra el usuario. Posteriormente se desplegará el tipo de actividad que desea realizar.



Ilustración 20- Aplicación Actrip

A continuación se describirá las siguientes actividades:

- ✓ ActMove.
- ✓ ActFlex.
- ✓ ActBrain.
- ✓ ActRelax.
- ✓ Actkids.
- ✓ ActGroup.

✓ **ActMove:**

Los ejercicios de movilidad articular se ejecutarán por segmentos corporales como lo son en cuello, hombros, brazos, manos, pierna y espalda. Se realizarán movimientos activos de abducción, aducción, flexión, extensión, eversión, inversión, rotación interna, rotación externa, pronación, supinación e inclinaciones. Estos ejercicios se presentarán por medio de un vídeo donde los usuarios elegirán

las actividades anteriormente nombradas, adicionalmente visualizaran la manera correcta de realizar la actividad con el profesional que aparecerá en el video, estarán diseñadas para el uso de los adultos.

Tiene como beneficios “mantener la elasticidad, contractilidad fisiológica de los músculos, proporcionar un estímulo para la integridad de los huesos y tejidos articulares, aumentar la circulación y prevenir la formación de trombos, desarrollar la coordinación además las destrezas motoras para actividades funcionales, mejorar el movimiento sinovial para la nutrición de los cartílagos y la difusión de materiales en la articulación, reducir o inhibir el dolor.” (Carolyn Kisner, 2005, pág. 36)



Ilustración 21 - Ejercicios de movilidad articular

Se puede observar en la **Ilustración 21** Ejercicios de movilidad articular durante un trayecto de viaje como por ejemplo movilidad articular en cuello de pie, flexo-extensión de rodilla, movilidad articular en muñeca.

✓ **ActFlex:**

Ejercicios de flexibilidad para cuello, hombros, brazos, manos, pierna y espalda. El estiramiento se realizará bajo un conjunto de técnicas de estiramiento activo en diferentes grupos musculares, también se realizará ejercicios de estiramiento a través de movimientos dinámicos. Esta actividad se desarrollará por medio de un video donde se visualice la manera correcta de realizarlo con una guía profesional, los usuarios tendrán la opción de elegir la actividades a realizar según el beneficio que quieran obtener en un segmento corporal.

Los beneficios de estos ejercicios son “disminuir la tensión muscular, actúa como

equilibrador y corrector de postura, regulación del tono muscular, mejora la coordinación inter e intramuscular, mejora la regulación sanguínea, puede evitar cardiopatías y otras enfermedades, mejora la amplitud de movimiento, equilibra la función sinérgica del movimiento, mejora las cualidades motrices de coordinación, equilibrio, agilidad, percepción corporal, actúa como regulador en los estados emocionales, canaliza los estados de ansiedad, estrés y disminuye la tensión psíquica, predispone a los estados de relajación, actúa como facilitador de la salud” (Ascensió Ibañez Riestra, 2002, pág. 32). Esta actividad estará dirigida para los adultos.

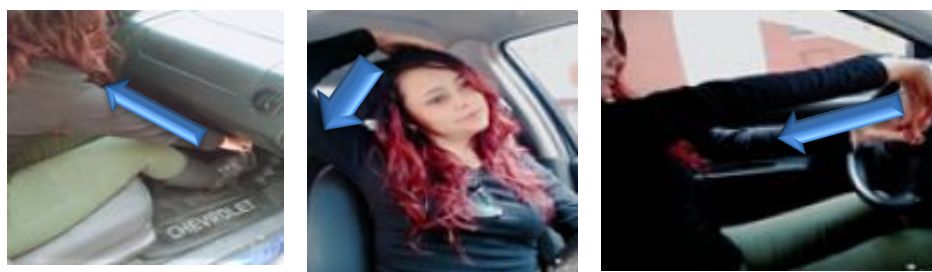


Ilustración 22 - Ejercicios de estiramiento.

Los ejercicios de estiramientos como se pueden visualizar en la **Ilustración 22** son ejercicios que se realizan en el miembro inferior (gemelos) estiramiento de cuello y estiramiento en muñeca (palmares).

✓ **ActBrain:**

Se realizarán ejercicios de gimnasia cerebral para activar el aprendizaje, moviendo el cuerpo, usando el cerebro, efectuando pequeños movimientos de ojos, el cual se activará el sistema nervioso central. Esta actividad se ejecutará a través de un vídeo donde estarán las instrucciones de la actividad y un breve ejemplo para que lo tomen en práctica.

“La Gimnasia cerebral optimiza el aprendizaje, ayuda expresar mejor las ideas, a memorizar, a incrementar la creatividad, manejar el estrés, contribuye a la salud en general, establece enlaces entre tareas a nivel cognitivo y su manifestación hacia el medio ambiente, brinda mejor balance, mantiene la integración mente/cuerpo asistiendo al aprendizaje global y provocando una comprensión total

de lo que se desea aprender.” (Ibarra, 2007, pág. 10)

Estas actividades lo pueden realizar: adultos, niños y en grupo.

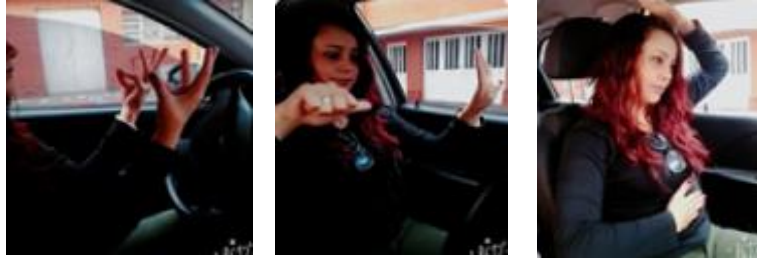


Ilustración 23 - Ejercicios de gimnasia cerebral.

Unos de los ejercicios de gimnasia cerebral son los ejercicios de coordinación, estos se pueden observar en la **ilustración 23**.

✓ **ActRelax:**

Se desarrollará ejercicios de relajación por medio de las siguientes técnicas: Relajación Breves los cuales son efectos inmediatos los cuales se utilizan para enfrentar de sucesos estresantes para liberar el exceso de tensión, adicionalmente se realizarán técnicas físicas y mentales. Se desarrollará a través de un video y un audio teniendo en cuenta las técnicas de relajación, estas actividades lo pueden realizar los adultos.



Ilustración 24 - Ejercicios de relajación.

ActRelax ayudará a las personas que se encuentren estresadas a encontrar un equilibrio y así poder superar el miedo y lograr tranquilidad en el entorno en el que se encuentre el usuario.

Se puede reflejar en la **Ilustración 24** uno de los ejercicios de relajación por medio de la música.

✓ **ActKids:**

Son actividades para niños recién nacidos hasta los 6 años de edad aparentemente sanos el cual se realizará estimulación temprana esta tiene por objetivo desarrollar la capacidad de aprendizaje, adaptabilidad en beneficio del niño, para que puedan ejecutar actividades a desarrollar según su proceso de crecimiento, estará basado en la Escala Abreviada de Desarrollo en los ítems de motricidad gruesa, motricidad fino-adaptativa, audición lenguaje y personal social.

Estas actividades se realizaran a través del juego lo cual ayudará adquirir habilidades sociales, y a realizar actividades motrices gruesas y finas acorde a su edad.



Ilustración 25 - Ejercicios para estimulación adecuada en niños.

En la **Ilustración 25** se refleja ejercicios para niños de 1 a 6 años en el ámbito de audición y lenguaje como por ejemplo contar con los dedos de las manos, distingue Arriba. Y en el ámbito personal social sabe cuántos años tiene.

✓ **ActGroup:**

Son actividades físicas y/o pausas activas que se realizan en parejas o más los cuales son actividades de estiramiento, movilidad articular asistido y gimnasia cerebral. Los beneficios que tiene es convivir con persona mejorando las

habilidades sociales, crean disciplina al realizar una actividad, mejora la habilidad de planeación y estrategia, aprender a trabajar en equipo, afianzar el liderazgo, tolerancia a la frustración, vencer miedos, mejorar el desempeño en la actividad.



Ilustración 26 - Ejercicios grupales.

Como se puede visualizar en la **ilustración 26** unos de los ejercicios grupales a realizar será juegos de memoria, ejercicios de estiramiento en grupo como por ejemplo estiramiento en palmares, y espinales.

Los servicios anteriormente nombrados tendrán una interacción con los usuarios de la siguiente manera: el usuario al finalizar la actividad se les otorgará puntos para reclamar premios por medio de aliados estratégicos.

- **Necesidades**

El informe que realizó la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el 2015, se encontró que Colombia obtuvo el primer lugar entre 10 países que tienen una carencia por la realización de actividad física, el resultado del informe arrojó que el 60% de los Colombianos no se ejercita. Para interpretar los resultados anteriores se dará a conocer la siguiente definición de sedentarismo: “realización de actividad física menos de 15 minutos y menos de tres (3) veces por semana durante el último trimestre.” (Lí, 2012, pág. 55).

El sedentarismo es mayor en mujeres que en hombres y es aumenta con la edad de las personas. Los países más sedentarios son los situados en el sureste de Asia, en América y en el Mediterráneo Oriental. (Gottau, 2013)

A continuación se verá un la **ilustración 27** que Colombia tiene un mayor índice en enfermedades crónicas no trasmisibles el cual hace parte las enfermedades cardiovasculares consecuencia del sedentarismo.

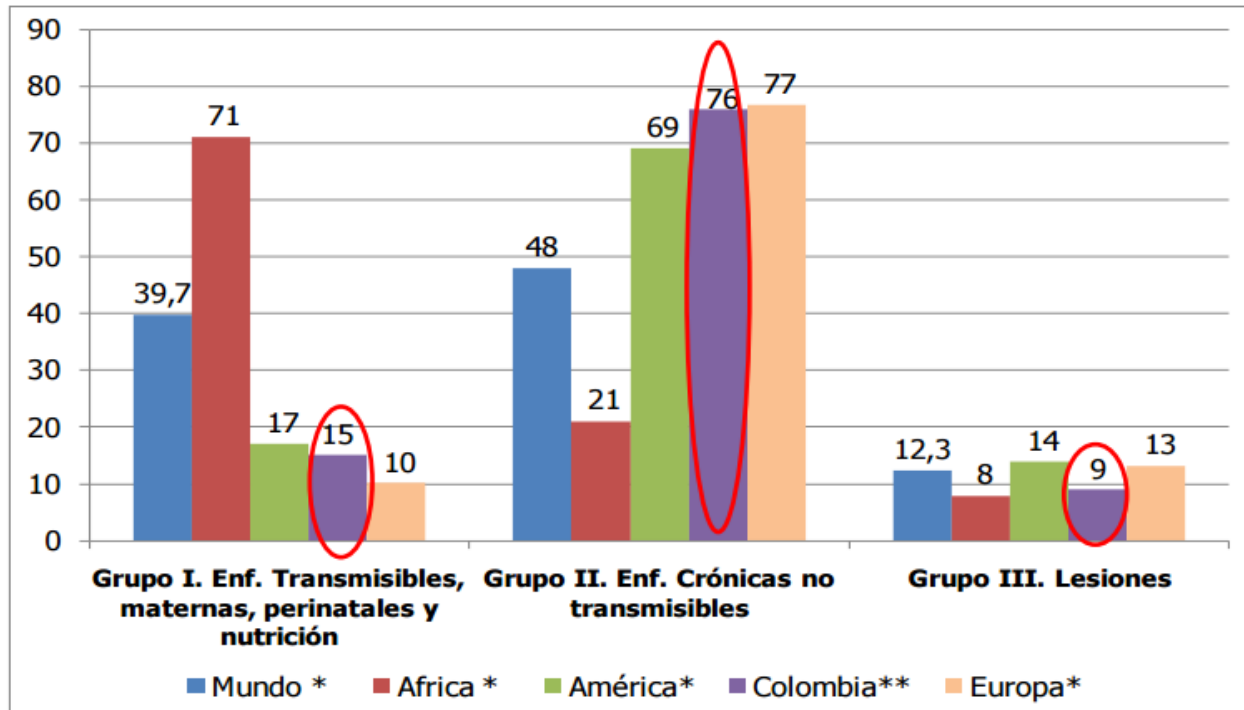


Ilustración 27- Global Burden of Disease OMS (2004). Ilustración de enfermedades por grandes grupos de causas. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx>

En Colombia la mortalidad por enfermedades crónicas se encuentran en Risaralda, Quindío, Caldas, Cundinamarca, Santander, Boyacá, Norte de Santander, Sucre, Barranquilla y San Andrés y providencia **Ilustración 28 y 29**.



Ilustración 27 - Bodega de Datos del SISPRO- ENSIN, ENSM, ENS Colombia (2012). Patrón geográfico por grupo de causas. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/PlanDecenal/Paginas/home2013.aspx>

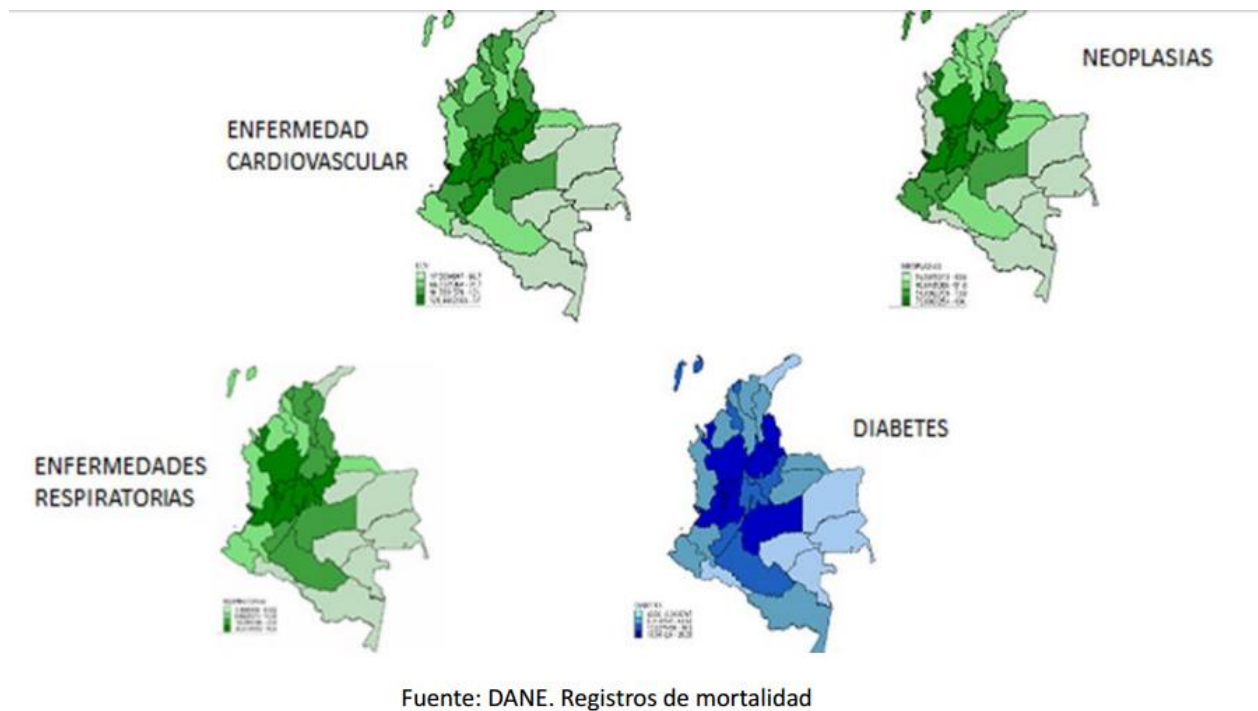


Ilustración 28 - Registros de mortalidad

Actualmente en Colombia no se tiene el hábito de prevenir en factores de riesgo en salud, como ese el sedentarismo el cual puede conllevar a enfermedades cardiovasculares. Por esta razón una de las necesidades a cubrir será generar cultura igualmente agregar valor sobre la importancia de la misma. Actrip generará e incentivará actividades físicas y/o pausas activas para disminuir el sedentarismo en Colombia y evitar enfermedades cardiovasculares.

- **Aspectos diferenciales**

Actrip enseñará a los usuarios los tipos de actividad física y/o pausas activas que disminuyan el riesgo en salud a través de los vídeos para que lo puedan realizar de la manera correcta, ya que tendrá profesionales cualificados para las actividades y ofrecerá compromisos de responsabilidad.

Actrip se hará a conocer a través de redes sociales como grupos de linkedin, Facebook, twitter, youtube, instagram. El voz a voz de las personas, creación de un blog comercial, participar en ferias comerciales, en reuniones de asociaciones del sector terciario, eventos de actividad física y/o pausas activas, marketing masivo, creación de una

imagen distintiva, tener comerciales expertos para la búsqueda de clientes, medios de comunicación, publicidad, creación de página web, creación de alianzas estratégicas, creación de programa lealtad involucrando aliados estratégicos.

- **Ámbito geográfico**

La aplicación de actividad física y/o pausas activas se ofrecerá como aplicativo en los móviles por medio de las tiendas de Play Store, App Store, Windows Store esta inicialmente será para Colombia y a futuro se ampliará a nivel internacional.

- **Público Objetivo**

El aplicativo de Actrip se ofrecerá a las personas que quieran disminuir el sedentarismo y evitar complicaciones como los son las enfermedades cardiovasculares.

- **Segmentación del mercado**

- Variable geográfica: Inicialmente el aplicativo será para Colombia, a futuro se expandirá a nivel internacional.
- Variable demográfica: Niños recién nacidos en adelante también adultos (hombres y mujeres) hasta los 70 años aparentemente sanos. La actividad se puede hacer individual o familiar desde 2 a 4 personas. Nivel de estudios desde básico en adelante.
- Variables económicas: Usuarios que se encuentran en el siguiente nivel socioeconómico, teniendo en cuenta que el SMMLV (Salario Mínimo Mensual Legal Vigente) es \$689.454 pesos.

Nivel Socioeconómico	Ingreso Per cápita
3- Medio bajo	Entre 3 y SMMLV
4- Medio	Entre 5 y 8 SMMLV
5- Medio Alto	Entre 8 y 16 SMMLV

Tabla 2- Nivel socioeconómico.

- Variables psicográficas: Estilos de vida deportista, que les guste cuidar su salud, que les guste la tecnología, usuarios desean disminuir el estrés, personas que tengan problemas de circulación, quienes les guste promover la integración

social y que quieran evitar el sedentarismo.

- Variables de comportamiento: la aplicación se deberá realizar de manera frecuente, para disminuir los problemas circulatorios, el cual tendrá una buena calidad y buena prestación del servicio. Disposición de la compra con actitud positiva del servicio.

- **Cliente y consumidor**

- Cliente: Usuarios que deseen tener la aplicación en su celular, adicionalmente empresas que quieran adquirirla.
- Consumidor: Usuarios que realizan la actividad física y/o pausa activa.
- Influenciador: Profesionales del área de salud que recomiendan realizar actividad física y/o pausas activas para disminuir riesgos en salud.

- **Situación del mercado**

En Actrip se ve la oportunidad de reducir los posibles riesgos de la trombosis venosa para las personas que son de bajo y alto riesgo de enfermedades tromboticas. Actualmente la compañía aérea britishairway durante el vuelo pasa un video con ejercicios de relajación para mejorar la inmovilización, se evidenció lo siguiente:

Ejercicios de relajación durante el vuelo

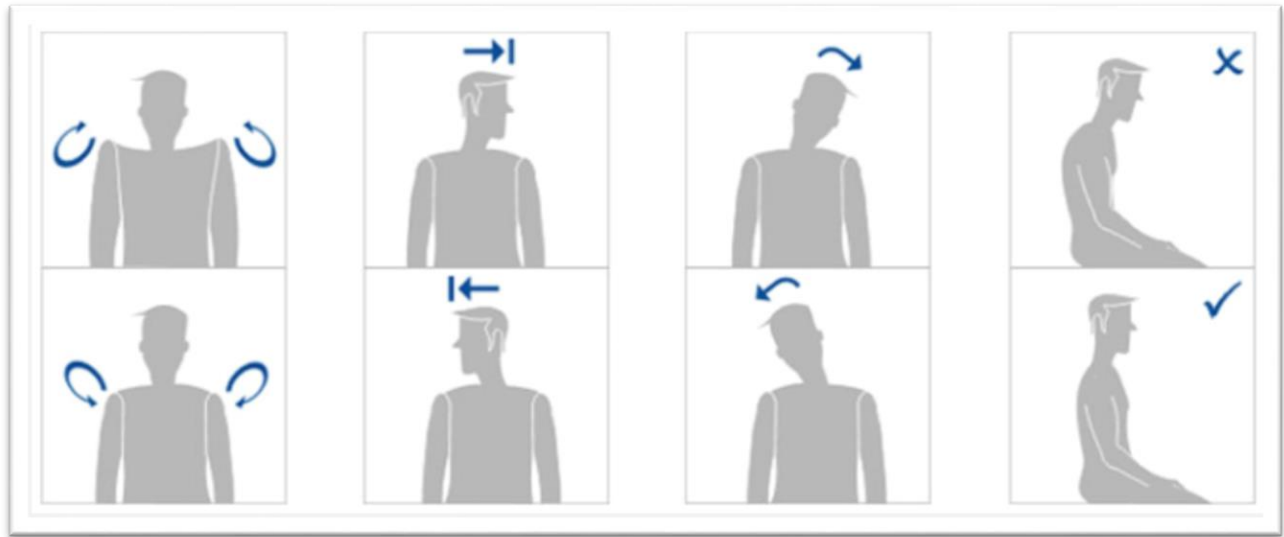


Ilustración 29- Ilustración 10 Ejercicios durante el vuelo de British Airways.

“En cuanto esté a bordo, eche un vistazo a nuestra revista High Life en busca de más consejos de bienestar. En la mayoría de vuelos, puede ver nuestro vídeo de bienestar con ejercicios y sugerencias para un viaje saludable.” (Anónimo, British Airways)



Ilustración 30 - Después de aterrizar British Airways.

“Después de aterrizar

- Si usted es socio Gold del programa Executive Club, o viaja en clase First o Club World, diríjase directamente a la sala VIP de llegadas del aeropuerto de Londres Heathrow para reponer fuerzas antes de abandonar el aeropuerto.
- Visite el Elemis Travel Spa en la sala VIP de llegadas del aeropuerto de Londres Heathrow o Nueva York JFK y disfrute de masajes y tratamientos exclusivos para la piel.
- Al llegar a su destino final, disfrute de un masaje o de un agradable baño para mejorar la sensación de bienestar.” (Anónimo, British Airways)

Actualmente en la aerolínea en Colombia Avianca en su revista está incluida lo siguiente:



Ilustración 31 -Folleto Avianca.

Sin embargo se podría realizar el plan de negocio con un diferencial por medio de un aplicativo o video donde se muestre como se debe realizar la actividad, elegir el tipo de actividad y beneficio que desee realizar el usuario. Esta actividad física o pausa activa se iniciará en Colombia y a futuro a nivel internacional.

En cuanto a los aplicativos de pausas activas se encontró lo siguiente:

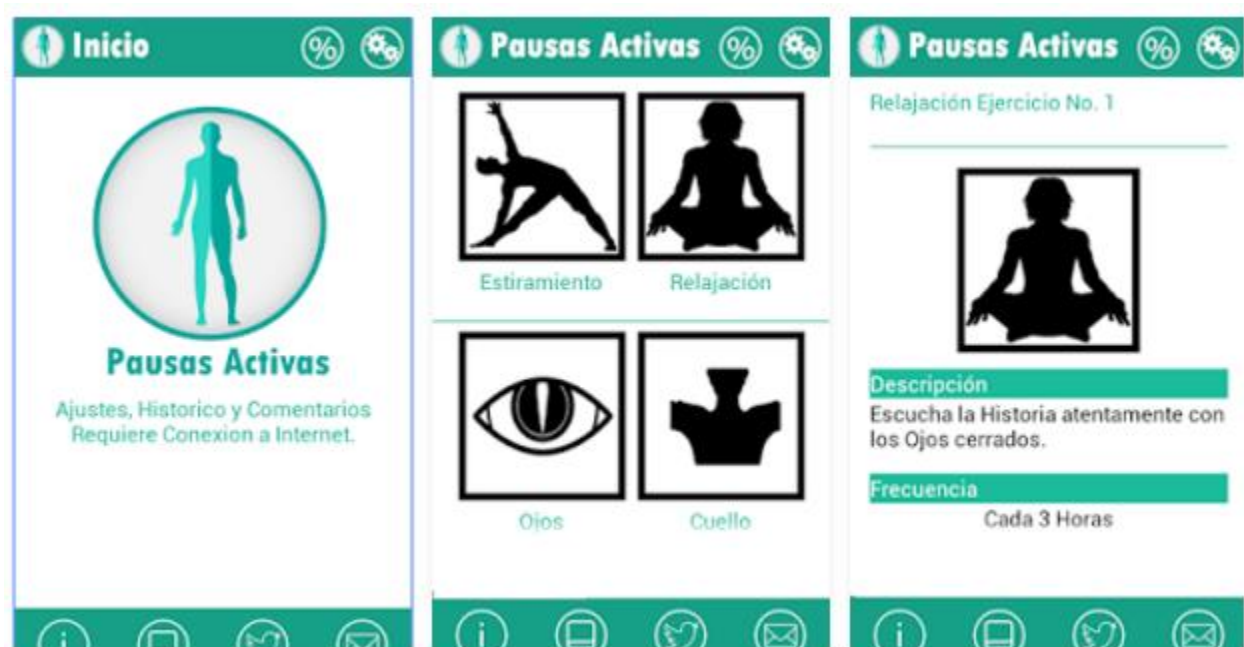


Ilustración 32 - Aplicativo pausas activas.

Como se puede observar en la **Ilustración 33** es una aplicativo que contiene ejercicios de estiramiento, relajación, ojos y cuello. Esta tiene una calificación de 4.0 que corresponde a 31 personas. Uno de sus comentarios es que sugieren que el aplicativo programe una rutina sugerida y aleatoria de ejercicios, la cual pueda activar desde que inicia la jornada laboral. Adicionalmente dicen que está llena de publicidad por todo lado, es fácil de entender. Esta aplicación es gratuita.



Ilustración 33 - Aplicativo pausas activas.

El aplicativo que se ve en la **ilustración 34** tiene una calificación de 4.8 de 13 personas donde sus sugerencias son que las actividades se puedan hacer para cargos más operativos los cuales se refiere para aquellos cargos que demandan esfuerzo físico. Este aplicativo es gratuito.

En cuanto a los aplicativos para actividad física como ambiente de ocio se encuentran ejercicio para correr, ejercicio en bicicleta, ejercicio en casa, y solo estiramiento. Sin embargo no se encuentra como tal un aplicativo integrado de movilidad articular, ejercicio de estiramiento, relajación, gimnasia cerebral, se tiene encuentra los ejercicios de manera individual y no grupal.

Para los aplicativos de estimulación adecuada para los niños se evidenció lo siguiente:

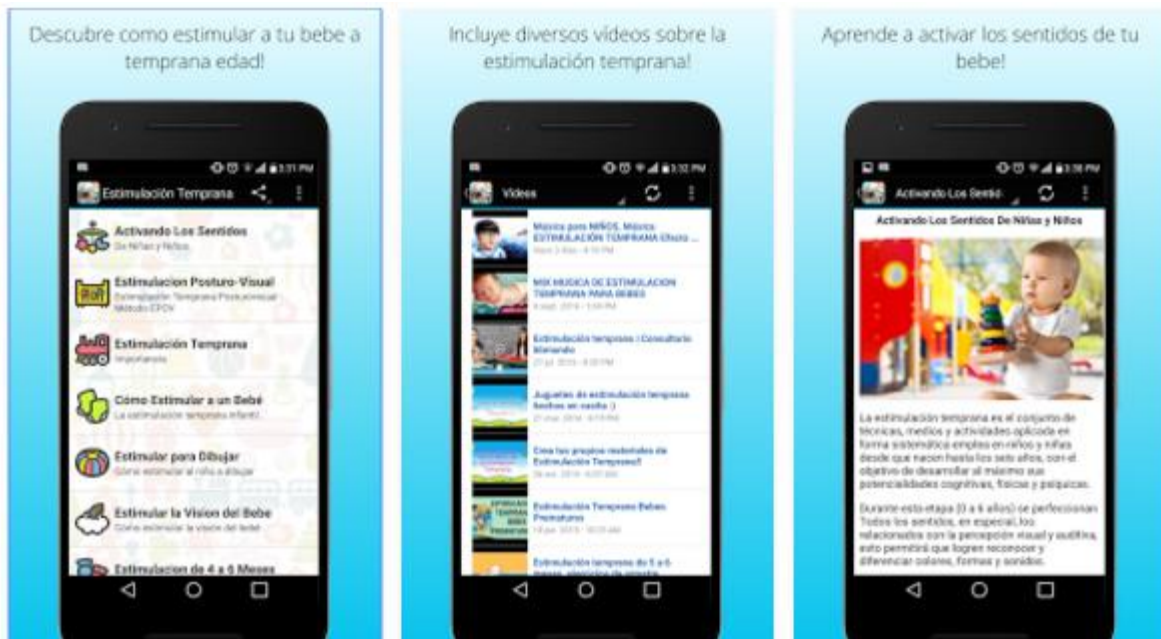


Ilustración 34 - Aplicativo estimulación adecuada.

En la aplicación de estimulación adecuada que se observa en la **Ilustración 35** tiene una calificación de 3.4 con un total de 5 personas donde unos de sus comentarios es que en la app solo hay información para leer, prácticamente prefieren buscarlo en Google o en un libro, Tiene unos ítems interesantes los cuales incluyen: Activación de los sentidos de los bebés, estimulación Posturo-Visual, Estimulación para dibujar, estimulación visual del bebé, estimulación de 4 a 6 meses, de 7 a 9 meses y de 10 a 1 año, estimulación temprana y la música, estaciones de música relajante para la estimulación con música, videos de estimulación, RSS Feeds.

Actrip quiere realizar en el ítem de estimulación adecuada actividades lúdicas que ayudarán a desarrollar a los niños motricidad gruesa, motricidad fino-adaptativa, audición lenguaje y personal social, donde la mamá, papá o acompañante lo pueda realizar sin ningún problema.

- **Competencia**

- Descripción de la competencia.

- ✓ **Competencia directa** en las **aerolíneas** que se ve evidenciada a través de los folletos que se encuentran en cada asiento donde muestra actividades que se

pueden realizar durante el trayecto de viaje como manera preventiva, este no tiene costo para los pasajeros. Para **el ambiente laboral** las aplicaciones de pausas activas. En el **ambiente de Ocio** se encuentra varias actividades como lo son estiramiento, ejercicios en casa, para correr, ejercicios en bicicleta y **estimulación adecuada** está la aplicación de estimulación temprana.

- ✓ La **competencia indirecta** en las **aerolíneas, buses departamentales y en vehículos propios** es la música que ponen, las películas y juegos que son medios de entretenimiento mientras que llegan a su destino, en el **ambiente laboral** las actividades de pausas activas que se realizan de manera presencial en compañía de un profesional, **Ocio** actividades recreativas sin utilizar aplicativos, y en **estimulación adecuada** en centros de estimulación temprana como por ejemplo Gymboree, Despertar, Patatin, etc.

• Precio

La estrategia de Actrip será una estrategia de precios de penetración rápida, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores por lo tanto la aplicación será tipo Freemium el cual se regalará una versión gratuita de un ejercicio por actividad finalmente tendrá un costo con una versión completa donde su precio oscilará un promedio de \$2925 pesos.

PRECIO DE VENTA DE LA COMPETENCIA	PRECIO SEGÚN CLIENTE	PRECIO CONTEXTO	PRECIO DE VENTA SUGERIDO
\$ 0	\$ 3.000,00	5776,04	\$ 2.925

Tabla 3- PRECIO

• Plaza (Distribución)

El aplicativo se ofrecerá, se producirá y se actualizará cada 6 meses, inicialmente la aplicación de Actrip se encontrará en los móviles por medio de tiendas como Play Store, App Store, adicionalmente al patentar este aplicativo se autorizará el uso del mismo en los televisores de los aviones, buses interdepartamentales, y como software

para pausas activas en las empresas en Bogotá, Actrip se expandirá a nivel nacional y largo plazo se expandirá a nivel internacional.

Para poder publicar la aplicación de Actrip en las tiendas anteriormente nombradas estas se deben registrar el cual tiene un costo por año de la siguiente manera:

TIENDA	COSTO ANUAL
PlayStore	25 Dolares.
AppStore	99 Dolares.

Tabla 4- Costo aplicación

- **Promoción**

Actrip se hará a conocer a través de redes sociales como grupos de Facebook, twitter, youtube, instagram. El voz a voz de las personas, creación de un blog comercial, participar en ferias comerciales, en reuniones de asociaciones del sector terciario, eventos de actividad física y/o pausas activas, marketing masivo, creación de una imagen distintiva, tener comerciales expertos para la búsqueda de clientes, medios de comunicación, publicidad, creación de página web, creación de alianzas estratégicas, creación de programa lealtad involucrando aliados estratégicos.

- ✓ *Facebook y Twitter:* Dar a conocer el aplicativo a través de una cuenta oficial donde se pueda compartir el información del aplicativo, ya que esta es una alternativa económica y eficaz.
- ✓ *Youtube:* Se incluirá un video estratégico de actrip los cual ayudará a posicionarse.
- ✓ *Instagram:* Generar visibilidad, posicionamiento el cual se compartirá contenidos visuales. Al promocionar a Actrip en instagram se podrá reunir una comunidad y seguidores de la marca, adicionalmente nuevos usuarios.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que la adherencia de la aplicación es buena ya que el 62% de los encuestados están dispuestos a realizar pausas activas y/o actividad física en diferentes ambientes como lo son: en un puesto de trabajo, ocio, estimulación adecuada para niños y durante un trayecto de viaje (avión, bus o carro propio).

Al comparar los aplicativos ya existentes se encontró como sugerencia que el programa de ejercicios sea una rutina sugerida y aleatoria, lo cual se pueda activar, es decir, pueda avisar al usuario que es hora de realizar la actividad. Adicionalmente ser moderados con la publicidad en el mismo aplicativo. Se debe tener en cuenta los cargos a nivel laboral para poder sugerir el tipo de ejercicio. Para Actrip es importante desarrollar el aplicativo de manera tal sea fácil de entender, fácil de utilizar y que tenga contenidos visuales.

El contenido del aplicativo se actualizara con actividades diferentes cada 6 meses, teniendo en cuenta los gustos de los usuarios para la realización de pausas activas y/o actividad física se tendrá en cuenta la siguiente priorización en: Ejercicios de estiramiento, ejercicios de relación, movilidad articular, ejercicios de gimnasia cerebral (juegos), finalmente en actividades de pausas activas grupales o familiares.

Unas de las estrategias de mercadeo que tendrá Actrip serán el diseño y presentación del aplicativo con un logotipo llamativo teniendo en cuenta un estilo moderno y fácil de utilizar dirigido a personas de 26 a 45 años.

La estrategia de precios de Actrip será de penetración rápida para atraer rápidamente a un gran número de consumidores por lo tanto la aplicación será tipo Freemium el cual se regalará una versión gratuita de un ejercicio por actividad finalmente tendrá un costo con una versión completa donde su precio oscilará \$2.925 pesos.

Inicialmente la aplicación de Actrip se encontrará en los móviles por medio de tiendas como Play Store, App Store, adicionalmente al patentar este aplicativo se autorizará el uso del mismo en los televisores de los aviones, buses interdepartamentales, y como

software para pausas activas en las empresas en Bogotá, Actrip se expandirá a nivel nacional y largo plazo se expandirá a nivel internacional.

Actrip se hará a conocer a través de redes sociales como grupos de Facebook, twitter, youtube, instagram. El voz a voz de las personas, creación de un blog comercial, participar en ferias comerciales, en reuniones de asociaciones del sector terciario, eventos de actividad física y/o pausas activas, marketing masivo, creación de una imagen distintiva, tener comerciales expertos para la búsqueda de clientes, medios de comunicación, publicidad, creación de página web, creación de alianzas estratégicas, creación de programa lealtad involucrando aliados estratégicos.

BIBLIOGRAFÍA

a partir de Santesmases. (2004).

Ascensió Ibañez Riestra, J. T. (2002). *1004 Ejercicios de Flexibilidad* . Barcelona: Paidotribo .

Carolyn Kisner, L. A. (2005). *Ejercicio terapéutico fundamentos y técnicas* . Barcelona: Paidotribo .

Center, M. P. (s.f.). *Las tres dimensiones del marketing de servicios*. Díaz De Santos.

Cols.), J. S. (2012). *Epidemiología de la enfermedad cardiovascular* . Madrid: Ediciones Díaz de Santos .

Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas propias Editorial.

Gottau, G. (27 de 08 de 2013). *Vitóca*. Recuperado el 27 de 02 de 2017, de <https://www.vitonica.com/enfermedades/el-mapa-del-sedentarismo-en-el-mundo>:
<https://www.vitonica.com/enfermedades/el-mapa-del-sedentarismo-en-el-mundo>

Ibarra, L. M. (2007). *Aprende Mejor con Gimnasia Cerebral*. México: Garnik Ediciones .

Lí, F. C. (2012). *Finlay revista de enfermedades no transmisibles*. Recuperado el 05 de 09 de 2016, de Finlay revista de enfermedades no transmisibles: <file:///C:/Users/Administrador/Downloads/10-42-1-PB.pdf>

Malhotra, N. k. (2004). *Investigación de mercados un enfoque aplicado cuarta edición*. México: Pearson Educación.

Martín, S. S. (2008). *Prácticas de marketing ejercicios y supuestos* . Madrid: Esic.

OCAÑA, U. F. (s.f.). *www.ufpso.edu.co*. Recuperado el 28 de 03 de 2017, de www.ufpso.edu.co: <https://ufpso.edu.co/ftp/doc/otrospro/gh/L-GH-DRH-002B.pdf>

Ortiz, A. S. (s.f.). Trombosis Venosa Profunda. *Urgencias en atención primaria* , 1.

Santos, I. S. (2016). *Logística y Marketing para la distribución comercial, tercera edición*. Madrid: Esic.

Vainrub, R. (1996). *Nacimiento de una empresa que hacer antes de fundar una nueva empresa o comprar una empresa en marcha*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello .

Vásquez, D. (06 de 04 de 2016). El sedentarismo es un problema de salud pública en la ciudad. *El Tiempo*, pág. 1.

Vega, V. H. (1991). *Mercadeo Básico*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

a partir de Santesmases. (2004).

Ascensió Ibañez Riestra, J. T. (2002). *1004 Ejercicios de Flexibilidad* . Barcelona: Paidotribo .

Carolyn Kisner, L. A. (2005). *Ejercicio terapéutico fundamentos y técnicas* . Barcelona: Paidotribo .

Center, M. P. (s.f.). *Las tres dimensiones del marketing de servicios*. Díaz De Santos.

Cols.), J. S. (2012). *Epidemiología de la enfermedad cardiovascular* . Madrid: Ediciones Díaz de Santos .

Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas propias Editorial.

Gottau, G. (27 de 08 de 2013). *Vitónica*. Recuperado el 27 de 02 de 2017, de <https://www.vitonica.com/enfermedades/el-mapa-del-sedentarismo-en-el-mundo>: <https://www.vitonica.com/enfermedades/el-mapa-del-sedentarismo-en-el-mundo>

Ibarra, L. M. (2007). *Aprende Mejor con Gimnasia Cerebral*. México: Garnik Ediciones .

- Lí, F. C. (2012). *Finlay revista de enfermedades no transmisibles*. Recuperado el 05 de 09 de 2016, de Finlay revista de enfermedades no transmisibles: file:///C:/Users/Administrador/Downloads/10-42-1-PB.pdf
- Malhotra, N. k. (2004). *Investigación de mercados un enfoque aplicado cuarta edición*. México: Pearson Educación.
- Martín, S. S. (2008). *Prácticas de marketing ejercicios y supuestos* . Madrid: Esic.
- OCAÑA, U. F. (s.f.). *www.ufpso.edu.co*. Recuperado el 28 de 03 de 2017, de *www.ufpso.edu.co*: <https://ufpso.edu.co/ftp/doc/otrospro/gh/L-GH-DRH-002B.pdf>
- Ortiz, A. S. (s.f.). Trombosis Venosa Profunda. *Urgencias en atención primaria* , 1.
- Santos, I. S. (2016). *Logística y Marketing para la distribución comercial, tercera edición*. Madrid: Esic.
- Vainrub, R. (1996). *Nacimiento de una empresa que hacer antes de fundar una nueva empresa o comprar una empresa en marcha*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello .
- Vásquez, D. (06 de 04 de 2016). El sedentarismo es un problema de salud pública en la ciudad. *El Tiempo*, pág. 1.
- Vega, V. H. (1991). *Mercadeo Básico*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

ANEXOS
ANEXO 1 ENCUESTA FÍSICA

ENCUESTA ACTIVIDAD FÍSICA Y/O PAUSAS ACTIVAS EN TRAYECTOS DE VIAJE.

Hola,

Estamos realizando una encuesta. Su ayuda será muy importante para identificar las oportunidades apropiadas y aceptación de actividad física y/o pausas activas en el transcurso de su viaje, para disminuir los riesgos y brindar beneficios de salud en los vuelos. Esta encuesta tardará 20 minutos, muchas gracias por su tiempo.

Recuerde que sus respuestas son totalmente anónimas.

*Obligatorias.

Dirección de correo electrónico*

Tu dirección de correo electrónico

1. Por favor indique su género:

☐ Masculino.

☐ Femenino.

2. Por favor indique su edad:

☐ Menor de 18.

☐ 18-25 años.

☐ 26-35 años.

☐

36-45 años.

☐ 46-55 años.

☐ 56-65 años.

☐ Mayor de 65 años.

3. ¿Qué medio de transporte utiliza para viajar?

☐ Bus.

☐ Avión.

☐ Carro.

☐ Crucero.

☐ Otro.

4. ¿Cuántos viajes realiza al año?

☐ No viajo.

☐ 1-2 veces al año.

☐ 3-6 veces al año.

☐ Más de 6 veces al año.

5. ¿Con que frecuencia viaja fuera de Colombia?

☐ No viajo.

☐ 1-2 veces al año.

☐ 3-6 veces al año.

☐ Más de 6 veces al año.

6. ¿Realizaría actividad física y/o pausas activas en el transcurso de su viaje para disminuir riesgos en salud?

Si su respuesta es sí, por favor responder la pregunta 7.

☐ Sí.

☐ No.

7. De las siguientes opciones ¿Cuál actividad le gustaría realizar en el transcurso de su viaje?

Selecciones una o más alternativas presentadas.

a. Movilidad Articular.



b. Ejercicios de estiramiento.



c. Ejercicios de gimnasia cerebral (Juegos).

AMARILLO AZUL NARANJA
NEGRO ROJO VERDE
PURPURA AMARILLO ROJO
NARANJA VERDE NEGRO
AZUL ROJO PURPURA
VERDE AZUL NARANJA

d. Ejercicios de Relajación.



e. Actividades y/o pausas activas grupales o familiares.



8. ¿Viaja o ha viajado con niños de 1 año a 6 años?

Si su respuesta es sí, por favor responder la pregunta 9.

☐ Sí.

☐ No.

9. Si viaja con niños de 1 a 6 años ¿le gustaría que ellos realizaran actividades que se enfocarán en estimular coordinación, precisión de movimientos ojo-mano, habla, comunicación y expresión por medio de juegos?

Evalúe de la siguiente manera: 0- No tengo niños, 1- totalmente desacuerdo, 2- Desacuerdo, 3- Neutral, 4- De acuerdo, 5- Totalmente de acuerdo.

	0	1	2	3	4	5	
No tengo niños.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo.

10. ¿Considera necesario que los trayectos de viajes terrestres y marítimos existan folletos que contengan información de actividad física y/o pausas activas?

☐ Sí.

☐ No.

11. ¿Qué tan satisfecho se siente con la información que le entregan en los folletos acerca de la protección y asesoramiento para su salud durante el transcurso de su viaje en avión?

Evalúe de la siguiente manera: 1- Totalmente Insatisfecho, 2- Insatisfecho, 3- Neutral, 4- Satisfecho y 5- Totalmente Satisfecho.

	1	2	3	4	5	
Totalmente insatisfecho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente satisfecho.

12. Con el fin de tener mayor accesibilidad y entendimiento para la realización de la actividad física y/o pausas activas, ¿considera usted útil ingresar a un aplicativo durante el transcurso del viaje para visualizar como se debe realizar la actividad?

Si su respuesta es sí, por favor responder las preguntas 13, 14, 15 y 16.

☐ Sí.

☐ No.

13. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto para realizar actividad física y/o pausas activas en el trayecto de su viaje?

☐ Entre 10-15 minutos.

☐ 16-20 minutos.

- ☐ 21-26 minutos.
- ☐ 27-31 minutos.
- ☐ 32-36 minutos.
- ☐ 37-41 minutos.
- ☐ Más de 42 minutos.

14. ¿Le gustaría que en la aplicación esté incluida los beneficios de la actividad física y/o pausas activas?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

15. ¿Le gustaría que en la aplicación esté incluida las contraindicaciones de la actividad física y/o pausas activas?

- ☐ Sí
- ☐ No.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la aplicación?

- ☐ \$1000-\$5000 pesos.
- ☐ \$6000-\$10000 pesos.
- ☐ \$11000-\$15000 pesos
- ☐ \$16000-\$20000 pesos
- ☐ Más de 20000 pesos.

ENCUESTA ACTIVIDAD FÍSICA Y/O PAUSAS ACTIVAS EN TRAYECTOS DE VIAJE.

Hola,

Estamos realizando una encuesta. Su ayuda será muy importante para identificar las oportunidades apropiadas y aceptación de actividad física y/o pausas activas en el transcurso de su viaje, para disminuir los riesgos y brindar beneficios de salud en los vuelos. Esta encuesta tardará 20 minutos, muchas gracias por su tiempo.

Recuerde que sus respuestas son totalmente anónimas.

*Obligatorias.

Dirección de correo electrónico*

Tu dirección de correo electrónico

1. Por favor indique su género:

☐ Masculino.

☐ Femenino.

2. Por favor indique su edad:

☐ Menor de 18.

☐ 18-25 años.

☐ 26-35 años.

☐ 36-45 años.

- ☐ 46-55 años.
- ☐ 56-65 años.
- ☐ Mayor de 65 años.

3. ¿Qué medio de transporte utiliza para viajar?

- ☐ Bus.
- ☐ Avión.
- ☐ Carro.
- ☐ Crucero.
- ☐ Otro.

4. ¿Cuántos viajes realiza al año?

- ☐ No viajo.
- ☐ 1-2 veces al año.
- ☐ 3-6 veces al año.
- ☐ Más de 6 veces al año.

5. ¿Con que frecuencia viaja fuera de Colombia?

- ☐ No viajo.
- ☐ 1-2 veces al año.
- ☐ 3-6 veces al año.
- ☐ Más de 6 veces al año.

6. ¿Realizaría actividad física y/o pausas activas en el transcurso de su viaje para disminuir riesgos en salud?

Si su respuesta es sí, por favor responder la pregunta 7.

- ☐ Sí.
- ☐ No.

7. De las siguientes opciones ¿Cuál actividad le gustaría realizar en el transcurso de su viaje?

Selecciones una o más alternativas presentadas.

a. Movilidad Articular.



b. Ejercicios de estiramiento.



c. Ejercicios de gimnasia cerebral (Juegos).

AMARILLO AZUL NARANJA
NEGRO ROJO VERDE
PURPURA AMARILLO ROJO
NARANJA VERDE NEGRO
AZUL ROJO PURPURA
VERDE AZUL NARANJA

d. Ejercicios de Relajación.



e. Actividades y/o pausas activas grupales o familiares.



8. ¿Viaja o ha viajado con niños de 1 año a 6 años?

Si su respuesta es sí, por favor responder la pregunta 9.

☐ Sí.

☐ No.

9. Si viaja con niños de 1 a 6 años ¿le gustaría que ellos realizaran actividades que se enfocarán en estimular coordinación, precisión de movimientos ojo-mano, habla, comunicación y expresión por medio de juegos?

Evalúe de la siguiente manera: 0- No tengo niños, 1- totalmente desacuerdo, 2- Desacuerdo, 3- Neutral, 4- De acuerdo, 5- Totalmente de acuerdo.

	0	1	2	3	4	5	
No tengo niños.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo.

10. ¿Considera necesario que los trayectos de viajes terrestres y marítimos existan folletos que contengan información de actividad física y/o pausas activas?

☐ Sí.

☐ No.

11. ¿Qué tan satisfecho se siente con la información que le entregan en los folletos acerca de la protección y asesoramiento para su salud durante el transcurso de su viaje en avión?

Evalúe de la siguiente manera: 1- Totalmente Insatisfecho, 2- Insatisfecho, 3- Neutral, 4- Satisfecho y 5- Totalmente Satisfecho.

	1	2	3	4	5	
Totalmente insatisfecho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente satisfecho.

12. Con el fin de tener mayor accesibilidad y entendimiento para la realización de la actividad física y/o pausas activas, ¿considera usted útil ingresar a un aplicativo durante el transcurso del viaje para visualizar como se debe realizar la actividad?

Si su respuesta es sí, por favor responder las preguntas 13, 14, 15 y 16.

☐ Sí.

☐ No.

13. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto para realizar actividad física y/o pausas activas en el trayecto de su viaje?

- ☐ Entre 10-15 minutos.
- ☐ 16-20 minutos.
- ☐ 21-26 minutos.
- ☐ 27-31 minutos.
- ☐ 32-36 minutos.
- ☐ 37-41 minutos.
- ☐ Más de 42 minutos.

14. ¿Le gustaría que en la aplicación esté incluida los beneficios de la actividad física y/o pausas activas?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

15. ¿Le gustaría que en la aplicación esté incluida las contraindicaciones de la actividad física y/o pausas activas?

- ☐ Sí
- ☐ No.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la aplicación?

- ☐ \$1000-\$5000 pesos.
- ☐ \$6000-\$10000 pesos.
- ☐ \$11000-\$15000 pesos
- ☐ \$16000-\$20000 pesos
- ☐ Más de 20000 pesos.

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO			
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CON FINALIDAD DE DESAROLLAR Y EJECUTAR UNA APLICACIÓN PARA REALIZAR EJERCICIO FÍSICO Y/O PAUSAS ACTIVAS EN DIFERENTES AMBIENTES “ACTRIP”			
AUTORES			
Apellidos completos		Nombres completos	
Gil Caraballo		Yenit Paola	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO			
Apellidos completos		Nombres completos	
Gutiérrez Pulgarín		Andrés David	
Mendez Pinzón		Manuel	
PROGRAMA ACADÉMICO			
Nombre del programa		Tipo de programa (marque con una x)	
Alta gerencia XIV		Pregrado	
		Especialización	X
		Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS	
Bogotá	2017	69	
PALABRAS CLAVES			
Español		Inglés	
Actividad física			
Pausas activas			
Sedentarismo			
Enfermedades cardiovasculares			
RESUMEN (Máximo 250 palabras)			
<p>Se realizó una investigación de mercado para estimar la adherencia de una aplicación de pausas activas y/o actividad física en diferentes ambientes como lo son: en un puesto de trabajo, ocio, estimulación adecuada para niños y durante un trayecto de viaje (avión, bus o carro propio). El aplicativo se llama Actrip el cual pretende ser una herramienta para incentivar y promover la actividad física en aquellos lugares y/o espacios que provocan el sedentarismo, disminuyendo los factores de riesgo como la s enfermedades cardiovasculares de los Colombianos.</p>			

Bogotá D.C.,

Señores
Dirección Académica y Empresarial
UNIEMPRESARIAL
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de Especialista en alta gerencia.

Cordialmente,

Yenit Paola Gil Caraballo
C.C. 1016022935

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES
(Licencia de uso)

Bogotá, D.C., 19 septiembre 2016

Señores

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ - UNIEMPRESARIAL
Ciudad

Los suscritos:

Yenit Paola Gil Caraballo, con C.C. No 2016022935
_____, con C.C. No _____
_____, con C.C. No _____

En mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) de la obra titulada:

Actividad física para los pasajeros que se
trabaja en aviones

(por favor señale con una "x" las opciones que apliquen)

Trabajo de Grado ☐ Plan de Negocio ☒ Misión Empresarial ☐
Diplomado ☐
Premio o distinción: ☒ No

Cual: Posibilidad de patrocinio.

Presentado y aprobado en el año 2016, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mi (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autorizan a la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, a los usuarios de la Biblioteca, así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Institución tenga perfeccionado un convenio, son:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en el área de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca.		X
2. La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca)		X
3. La consulta electrónica - on line (a través del catálogo de consulta ó el sistema de información que Uniempresarial disponga)		X
4. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer		X
5. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet		X
6. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones		X

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

De manera complementaria, garantizo (garantizamos) en mi (nuestra) calidad de estudiante (s) y por ende autor (es) exclusivo (s), que la Tesis o Trabajo de Grado, Plan de Negocio o Estudio de Caso en cuestión, es producto de mi (nuestra) plena autoría, de mi (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el (los) único (s) titular (es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado, Plan de Negocio o Estudio de Caso es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982, "El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable, e irrenunciable", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá – Uniempresarial, está en la obligación de respetarlos y hacerlos respetar, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

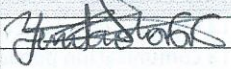
NOTA: Información Confidencial:

Esta Tesis o Trabajo de Grado, Plan de Negocio o Estudio de Caso contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

Si ☒ No ☐

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), a continuación, tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

Mds que en trabajo es un plan de negocios para
mi beneficio personal.

NOMBRE COMPLETO	No. del documento de identidad	FIRMA
Yarit Paola Gil Paracuello	1016022935	

FACULTAD: Ciencias económicas y administrativas.

PROGRAMA ACADÉMICO: Alta gerencia.

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Yenit Paola Gil Caraballo _____ con C.C. N°1016022935 actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título Investigación de mercados con finalidad de desarrollar y ejecutar una aplicación para realizar ejercicio físico y/o pausas activas en diferentes ambientes "Actrip". Elaborada para efectos de _optar por el título (optar por el título) (participar en el seminario o evento), de especialista de alta gerencia. (Programa académico)

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2017 del mes 04 a los 17 días.

FIRMA

Firma



c.c. 1016022935